"असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विपणन सम्बन्धी समस्यायें जनपद इलाहाबाद के विशेष सन्दर्भ में"

वाणिज्य में

डी. फिल. उपाधि हेतु

प्रस्तुत शोध प्रबन्ध

द्वारा

राजेन्द्र कुमार मिश्र

शोध छात्र

निर्देशक

डा० प्रदीप जैन

उपाचार्य

वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग

इलाहाबाद विश्वविद्यालय

इलाहाबाद

2002

प्राक्कथन

प्राक्कथन

मानव सभ्यता का विकास औद्योगिक विकास के साथ जुड़ा है। पूर्व पाषाण काल, नव पाषाण काल और फिर ताम्र, लौह वाष्प, विद्युत एवं अणु युगों में क्रमशः सभ्यता के क्रम में यन्त्र और औद्योगिक क्रियायें बदलती गयी। उद्योग ने समाज व्यवस्था, रस्म-रिवाज, शिक्षा, राजनीति और अर्थनीति को प्रभावित किया है। मार्क्स, एजेल्स, आगवर्न, हेक्सटर आदि विद्वानों ने सामाजिक परिवर्तन का कारण औद्योगिकरण ही माना है।

उद्योग किसी भी देश के विकास की आधारशिला होते हैं। यदि आप मुझे बता दे कि किस देश में कितना औद्योगिक विकास हुआ है, तो मैं बता सकता हूॅ कि वह देश आर्थिक, सामाजिक एवं राजनैतिक दृष्टि से कितना विकसित है अर्थात् किसी भी देश की अर्थव्यवस्था का मापदण्ड वहाँ का औद्योगिक विकास होता है ।

विश्व के जिन देशों में औद्योगीकरण की गति मन्द है उन देशों को आज बहुत बडी सीमा तक अन्तर्राष्ट्रीय औद्योगिक अर्थव्यवस्था पर निर्भर रहना पड़ता है, उनके आयात में वृद्धि की अधिक प्रवृत्ति पायी जाती है, जिससे उनका भुगतान सन्तुलन बिगड़ जाता है और अन्ततः अर्थव्यवस्था पर विपरीत प्रभाव पडता है ।

भारत जैसे विकासशील देश में भी उद्योग-धन्धों की विशिष्ट भूमिका है।उद्योग द्वारा ही देश के आर्थिक विकास को गति मिली है। भारत में उद्योग का प्रारम्भ एव विकास स्व-रोजगार हेतु निजी स्वामित्व के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र में कुटीर उद्योग, ग्रामोद्योग तथा लघु उद्योग से हुआ। असंगठित क्षेत्र वाक्यांश का

प्रयोग सामान्यतः सगठित क्षेत्र के विपरीत अर्थो में किया जाता है। अनौपचारिक आय उदगम स्रोतों को असंगठित क्षेत्र माना जाता है। लगभग समस्त उत्पादक क्रियाओं यथा-कृषि, निर्माण, विनिर्माण, खनन, परिवहन और सेवाओं का एकाश असगठित क्षेत्र में पाया जाता है।

प्रस्तुत शोध के अन्तर्गत देश के औद्योगिक विकास के साथ असंगठित क्षेत्र के उद्योगों की स्थिति पर सूक्ष्म दृष्टिपात करते हुए देश में स्थापित विभिन्न प्रकार के उद्योगों में से साबुन उद्योग पर विशेष ध्यानाकर्षण करने का प्रयास किया गया है।

इस शोध के अन्तर्गत समिष्ट अध्ययन सभव नहीं है इसलिए शोध का क्षेत्र विस्तार इलाहाबाद जनपद तक सीमित किया गया है क्योंकि औद्योगिक दृष्टि से इलाहाबाद जनपद अन्य क्षेत्रों की अपेक्षा विकसित है किन्तु इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग में सलग्न इकाईयों की स्थिति एवं विकास समुचित न होने के कारण साबुन उद्योग की विपणन सम्बन्धी समस्याओं एवं उनके उपचारात्मक उपाय हेतु सुझाव देने का प्रयास किया गया है।

प्रस्तुत शोध प्रबन्ध क्षेत्र 9 अध्यायों के अन्तर्गत समस्त आंकड़ों एवं सूचनाओं से सुसज्जित करते हुए अति सूक्ष्म विश्लेषण के साथ व्यवस्थित करके क्रमबद्ध रुप से प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है यह विशद अध्ययन को संक्षिप्त रुप से प्रस्तुत करके परिपूर्णता पाने का विनम्र प्रयास है।

प्रथम अध्याय में असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विपणन सम्बन्धी समस्याओं को जनपद इलाहाबाद के संदर्भ में शोध कार्य की सम्पूर्ण रुपरेखा

अध्ययन का क्षेत्र, अध्ययन की परिकल्पना, अध्ययन का उद्देश्य एवं अध्ययन की विधि तथा सीमाओं को प्रस्तुत किया गया है।

द्वितीय अध्याय के अन्तर्गत भारत में औद्योगिक विकास-समेकित परिदृश्य, उद्योग का आशय, उद्योग का विभाजन, औद्योगिक विकास, नीतिगत प्रावधान, औद्योगिक सवृद्धि, औद्योगिक विकास की वर्तमान स्थिति तथा औद्योगिक विकास की अपर्याप्तता को प्रस्तुत किया गया है।

तृतीय अध्याय के अन्तर्गत असगठित क्षेत्र-परिकल्पना एव विस्तार, असंगठित क्षेत्र की विशिष्टतायें, असगठित क्षेत्र के सघटक, असंगठित क्षेत्र का योगदान, नीतिगत कार्यक्रम एव योजनाए तथा असंगठित क्षेत्र की समस्याओं को प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है।

चतुर्थ अध्याय के अन्तर्गत साबुन उद्योग का उद्‌भव एवं विकास, साबुन का वर्गीकरण, विशिष्ट गुणवत्ता वाले प्रमुख साबुन, साबुन तथा डिटर्जेन्ट का उत्पादन, साबुन एवं डिटर्जेन्ट की उपयोगिता, साबुन उद्योग का दुष्प्रभाव, साबुन उद्योग की समस्या एव समाधान तथा साबुन एव डिटर्जेन्ट उद्योग की वर्तमान स्थिति का अवलोकन किया गया है।

पांचवे अध्याय के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग, साबुन एवं अपमार्जक उद्योग का क्रमिक विकास, साबुन बनाने की विधिया, साबुन निर्माण के प्रमुख तत्व, असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग की समस्याये, सरकार की भूमिका, सरकारी भूमिका की आवश्यकता तथा उत्पादित साबुन मे व्याप्त कमियो पर दृष्टपात करने का प्रयास किया गया है।

षष्टम अध्याय मे इलाहाबाद जनपद की सामाजिक, आर्थिक तथा भौगोलिक समीक्षा मनोरम ढग से प्रस्तुत करने का सतत् प्रयास किया गया है । इसके अन्तर्गत जनपद की भौगोलिक प्रास्थिति, प्रशासनिक ढॉचा, ससाधन विश्लेषण, जनपद मे विकास कार्यक्रम का सचालन, शिक्षा, बैक एव वित्तीय सस्थाए, उद्योग एव औद्योगिक अवस्थापना तथा जनपद मे साबुन एव अपमार्जक उद्योग को दर्शाया गया है।

सातवे अध्याय के अन्तर्गत विपणन, विपणन नियोजन, विपणन नीतिया तथा इलाहाबाद जनपद मे असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगो द्वारा अपनायी जाने वाली विपणन विधियों को प्रस्तुत किया गया है।

आठवें अध्याय के अन्तर्गत असगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग के विपणन सम्बन्धी समस्याओं एवं उनके उपचारात्मक उपाय प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है।

नवें अध्याय में शोध प्रबन्ध का सार एवं विषय वस्तु की प्रासंगिकता को ध्यान मे रखते हुए समीचीन सुझाव प्रस्तुत किये गये हैं ।

साभारोक्ति :

प्रस्तुत शोध के अद्यन्त स्वरूप की सम्पूर्णता मे जिस ऋषिवत शोध निर्देशक करुणा की मूर्ति एव विद्वता के व्यास मेरे पूज्य गुरु डा० प्रदीप जैन वरिष्ठ प्रवक्ता, वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद के प्रति आजीवन ऋणी रहूँगा। जिन्होने मेरे शोध अध्ययन के हर स्थिति परिस्थिति पर अपना बहुमूल्य सुझाव दिग्दर्शन, उत्साहवर्धन एव सहयोग प्रदान किया है। यह उनकी ही सतत् प्रेरणा एव स्नेहाशीष के परिणाम स्वरूप कार्य पूर्ण हो सका।

मै महाप्रज्ञ मनीषी अर्थशास्त्र के उदीयमान नक्षत्र प्रो० पी०एन०मेहोत्रा (अधिष्ठाता वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग) इलाहाबाद विश्वविद्यालय इलाहाबाद का पूर्णतया आभारी हूँ । जिन्होने सदैव अपने आर्शीवचनो से अभिसिचित कर मुझे इस दिशा मे आगे बढने की प्रेरणा दी ।

मै वाणिज्य जगत के सशक्त हस्ताक्षर एव उत्कृष्ट गुणो के आगार तथा वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय के अध्यक्ष प्रो० कृष्ण मूर्ति शर्मा का आभारी हूँ जिन्होने सदैव अपने आर्शीवचनो से अभिसिचित कर मुझे भविष्य मे इस दिशा मे आगे बढने की प्रेरणा दी है। वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग के अपने गुरुजन वृन्द प्रो० सरफराज अहमद असारी, प्रो० आलोक श्रीवास्तव, डा० एच० के सिह, डॉ० राधेश्याम सिह, डॉ० आर०के०सिह का सादर आभारी हूँ जिन्होने मेरे शोध कार्य के प्रत्येक स्तर पर मुझे बहुमूल्य सुझाव प्रदान किया।

मै वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग के पूर्व विभागाध्यक्ष प्रो०जी०सी०अग्रवाल एव प्रो० जगदीश प्रकाश, प्रो० पी०सी० शर्मा का श्रद्धावनत हूँ जिन्होने मुझे आगे बढने की प्रेरणा दी।

मुझे इस जगह पर पहुँचाने के लिए अपने पूज्य गुरू डा० जगदीश नारायण मिश्र, उपाचार्य वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग इलाहाबाद विश्वविद्यालय के प्रति मै परम कृतज्ञ हूँ। जिन्होने मुझे हर स्थिति परिस्थिति मे हताश नही होने दिया तथा उनके स्नेहाशीष आशीर्वाद एव अमूल्य सहयोग की छाया से ही मै इस शोध कार्य को पूर्ण किया। मै ईश्वर से प्रार्थना करता हूँ कि मुझे सदैव इनकी छत्र--छाया प्राप्त होती रहे।

मै, अनिद्य, अगणित गुणो के आगार अपने परम श्रद्धेय पूज्य गुरु डॉ० बद्री विशाल त्रिपाठी का (इलाहाबाद डिग्री कालेज, इलाहाबाद) विशेषतया आभारी हूँ। जिन्होने अपने उत्कृष्ट गुणो से मुझे सदैव सहयोग दिया ।

मै, बहुमुखी प्रतिभा के धनी वाणिज्य जगत के उच्चकोटि के विद्वान डॉ० श्याम कृष्ण पाण्डेय के उत्कृष्ट सहयोग के लिए आजीवन ऋणी रहूँगा तथा मै इन सरस्वती के वरद पुत्र की दीर्घायु की कामना करता हू।

मै, कमलवत् गुणो से परिपूर्ण, कमल (डॉ० कमलेश कुमारी पालीवाल) एव डॉ० मौसमी घोष (प्रवक्ता हिन्दी, राजीव गाधी पी०जी०कालेज, कोटवा, जमुनीपुर, इलाहाबाद) का विशेष आभारी हूँ। जिन्होने अपना अनन्य सहयोग तथा समय–समय पर शोध कार्य पूर्ण करने के लिए प्रोत्साहित किया, जिससे मुझे शोध कार्य पूर्ण करने मे सरलता का अनुभव हुआ।

मै श्री प्रभाकर त्रिपाठी का विशेष आभारी हूँ जिन्होने मुझे आवश्यकतानुसार न केवल शोध कार्य के लिये प्रोत्साहित किया बल्कि बडे भाई अपनत्व एव शोध कार्य की पूर्णता के लिये प्रत्येक स्तर पर सहयोग प्रदान किया ।

मै अपने परममित्र डॉ० जितेन्द्र नाथ द्विवेदी एव वाणिज्य विभाग के मेरे सहपाठी श्री प्रबल प्रताप सिह तोमर, डा०राजेश केशरी, विजय तिवारी, सुनील कुमार तिवारी, बी०पी०मिश्र, रुद्र प्रभाकर मिश्र, सुरेश चन्द्र द्विवेदी, गगा प्रसाद पाण्डेय, पी०एन० पाण्डेय, श्री अरविन्द कुमार तिवारी (साहित्य रत्न) को साधुवाद व धन्यवाद देता हूँ । जिनके सहयोग एव सानिध्य मे यह शोध कार्य पूर्ण कर सकने मे मुझे सरलता हुई।

मै विशेष सुविधाओ के लिये लघु उद्योग सेवा सस्थान नैनी इलाहाबाद के सम्वर्द्धन प्रवर्तन अधिकारी श्री एस०पी० मिश्र का मै ऋणी रहूँगा जिन्होने मुझे शोध कार्य के लिये

न केवल आवश्यक सामग्री उपलब्ध कराया बल्कि शोध कार्य के मार्गदर्शन हेतु मुझे जिला उद्योग केन्द्र कानपुर एव उद्योग निदेशालय कानपुर तथा एच०बी०आई०टी०, कानपुर के रसायन विभागाध्यक्ष तक पहुँचाने मे मेरी यथासम्भव मदद की ।

जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद के स्टेनो श्री आर०के०यादव के प्रति मै आभार व्यक्त करता हूँ । जिनके द्वारा मुझे आवश्यक सामग्री समय–समय पर उपलब्ध होती रही।

मेरी आत्मा को इस शरीर मे आकार देने वाले साक्षात जागृति एव जीवित देव स्वरूप मेरी माता श्रीमती रमराजी मिश्रा एव मेरे पिता श्री राम समुझ मिश्र का स्नेह एव आशीर्वाद सदैव बना रहे एव इस तरह के महत्वपूर्ण कार्यो को करने की प्रेरणा मिलती रहे ऐसा मै सौभाग्यशाली बना रहूँ तथा ईश्वर से प्रार्थना करता हूँ कि इस धरती पर मेरा जन्म हो तो इन करूणा की मूर्ति माता–पिता की सन्तान होने का सौभाग्य मुझे प्रत्येक जन्म मे प्राप्त होता रहे।

मै अपने पूज्यनीय चाचा जी श्री एव श्रीमती देवी प्रसाद मिश्र, बडे भाई श्री अशोक कुमार मिश्र, श्री इन्द्र कुमार मिश्र के चरणो मे कोटिश प्रमाण अर्पित करता हूँ जिनकी शुभाशसा और आर्शीवचनो से ही यह कार्य पूर्ण कर सका ।

मै अपनी जीवन सगिनी कोमलता की साक्षात् प्रतिमूर्ति श्रीमती इन्द्रावती मिश्रा के प्रति ह्रदयवान हूँ। जिन्होने विषम परिस्थितियो मे सहनशीलता का परिचय देते हुए अनन्य उत्साहवर्धन कर शोध कार्य के लिए प्रेरित किया। वास्तव मे शोध कार्य सम्पन्न करने मे इनकी पूर्ण भागीदारी निहित है।

मेरे अनुज राकेश कुमार मिश्र, वेद प्रकाश मिश्र तथा बहन श्रीमती सुधा तिवारी, जो आशीर्वाद एव धन्यवाद देता हूँ जिन्होने मुझे शोधकार्य पूर्ण करने मे विशेष सहयोग प्रदान किया।

अन्त मे, मै अपने इस शोध प्रबन्ध को इतने सुन्दर ढग से व समय पर मुद्रित करने के लिए कॉमटेक कम्प्यूटर सेन्टर, शिवपुरी कालोनी, गोविन्दपुर इलाहाबाद के श्री प्रेम प्रकाश श्रीवास्तव व पकज श्रीवास्तव को विशेष रूप से धन्यवाद देना चाहूँगा जिनके सहयोग से ही मै इसे समय पर प्रस्तुत कर सका।

अतत इस शोध ग्रन्थ की पूर्णत हेतु मै उन सभी के प्रति अपनी कृतज्ञता ज्ञापित करता हूँ कि जिनके नाम मेरी स्मृति के परिधि मे इस क्षण नही रहे है ।

वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग
इलाहाबाद विश्वविद्यालय इलाहाबाद
दिनाक

(राजेन्द्र कुमार मिश्र)

अनुक्रमणिका

पृष्ठ संख्या

तालिका सूची

प्रथम अध्याय

अध्याय - 1

अध्ययन क्षेत्र, परिकल्पना, शोध विधि एवं सीमाए

प्रस्तावना

उद्योग किसी भी देश के विकास की आधार शिला होते है। कौन सा देश विकास की किस स्थिति से गुजर रहा है। यह उस देश के उद्योग धधो की दशा देखते ही ज्ञात हो जाता है। भारत सामाजिक एव आर्थिक विकास असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत लघु, अति लघु एव ग्रामोद्योग पर आधारित था तथा आधुनिक औद्योगीकरण की रीढ परम्परागत रूप मे अनियमित, अव्यवस्थित एव विकेन्द्रित अवस्था मे सचालित असगठित क्षेत्र के उद्योग ही है। वरन् इन्हे आधुनिक औद्योगीकरण का जन्मदाता कहा जा सकता है। प्राप्त ऐतिहासिक कथानको एव पाण्डुलिपियो से ज्ञात होता है। कि पूर्व भारत, इन उद्योगो द्वारा उत्पादित वस्तुओ के लिए विश्वविख्यात था। परन्तु अग्रेजी शासको की दमनकारी नीति ने इनकी कमर तोड दी। और इनके अस्तित्व पर प्रश्न चिन्ह लग गया।

स्वतत्रता के बाद तत्कालीन सरकार ने इन उद्योगो मे पुन प्राण फूकने का प्रयास किया, जिसकी झलक सरकार द्वारा बनायी गयी औद्योगिक नीतियो से स्पष्ट होती है। जिनमे सरकार द्वारा इस क्षेत्र के विकास के लिए कुछ उपभोक्ता परक विशेष वस्तुओ का उत्पादन आरक्षित किया गया। प्रथम एव द्वितीय औद्योगिक नीति मे इस क्षेत्र को वित्तीय सहायता प्रदान करने की व्यवस्था भी की गयी थी।

स्वतत्रता के पूर्व एव पश्चात कुछ दशको तक साबुन उद्योग मुख्यत असगठित क्षेत्र मे ही था। साबुन उद्योग देश का प्राचीन उद्योग है। जिसका प्रादुर्भाव वस्त्र उद्योग समकक्ष हुआ माना जा सकता है। साबुन का उपयोग किसी न किसी रूप मे आदि काल से होता आ रहा है। जो कि पूर्व वैदिक ग्रन्थो से ज्ञात होता है प्रारम्भ मे साबुन

का उत्पादन देश प्रचलित छोटे–छोटे, कुटीर एव ग्रामोद्योग द्वारा किया जाता था। जिन्हे असगठित क्षेत्र की सज्ञा प्रदान की जा सकती है। इस क्षेत्र मे परम्परागत रूप से नहाने का साबुन, कपडा धोने का साबुन एव डिटर्जेन्ट का उत्पादन किया जाता था। आधुनिक परिवर्तित सामाजिक रीति–रिवाज एव फैशन की माग एव बढती हुई आवश्यकताओ के अनुरूप पूर्ति न हो पाने तथा साबुन उद्योग के विकास की सभावनाए विद्यमान होने के कारण सगठित क्षेत्र मे भी साबुन उद्योग की इकाईया स्थापित हुई। जिनके द्वारा नहाने का साबुन, कपडा धोने का साबुन एव डिटर्जेन्ट का अधिकाधिक मात्रा मे तथा गुणवत्ता युक्त उत्पादन किया गया। सगठित क्षेत्र उत्पाद के विक्रय हेतू विपणन की आधुनिक तकनीकी का प्रयोग कर सम्पूर्ण साबुन बाजार पर एकाधिकार स्थापित कर लिया।

सगठित क्षेत्र द्वारा वर्तमान विशिष्टता और विशेषज्ञता के युग मे अलग–अलग कार्यो के लिए विशिष्ट गुणवत्ता युक्त विविध साबुन तैयार किये जा रहे है। फैक्ट्रियो, कारखानो तथा कार्यस्थलो मे काम करने वाले निम्न वर्गीय उपभोक्ताओ हेतू सस्ते तथा उच्च वर्गीय परिवारो के उपयोग हेतू महगे सभी प्रकार के साबुनो का उत्पादन किया जाने लगा। परिणामस्वरूप असगठित क्षेत्र के समक्ष उत्पादित साबुनो के विक्रय मे कठिनाइया आने लगी धीरे–धीरे इनकी स्थिति खराब होती गयी और अधिकाश इकाईयॉ बन्द होने के कगार पर आ गयी। अत यह आवश्यक हो गया कि इन इकाईयो के बन्द होने के वास्तविक कारणो की जानकारी प्राप्त करने के लिए असगठित क्षेत्र मे साबुन का उत्पादन करने वाली इकाईयो के सम्बन्ध मे अध्ययन किया जाए।

अध्ययन का क्षेत्र

प्रस्तुत शोध कार्य का अध्ययन क्षेत्र शोधार्थी द्वारा सम्पूर्ण देश मे साबुन उद्योग

की स्थिति पर प्रकाश डालने का प्रयास किया गया है। परन्तु शोध विषय के शीर्षक "असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगो की विपणन सम्बन्धी समस्याये" जनपद इलाहाबाद के विशेष सन्दर्भ के अनुसार जनपद इलाहाबाद पर केन्द्रित किया गया है। यह प्राचीन काल से उत्तर प्रदेश का केन्द्र बिन्दु रहा है। जनपद को प्रयाग के नाम से जाना जाता है। कहा जाता है कि प्रजापति ब्रह्म जी कई हजार वर्षो तक प्रयाग मे घोर तपस्या की थी। इसलिये यह प्रयाग के नाम से विख्यात था। जनपद के सामाजिक, आर्थिक एव नैतिक उत्थान को सुनिश्चित करने के उद्देश्य से अप्रैल 1997 को राज्य सरकार द्वारा जनपद कौशाम्बी का सृजन कर जनपद इलाहाबाद का पुनर्गठन किया गया।

इलाहाबाद जनपद इलाहाबाद मण्डल के पूर्वी क्षेत्र मे स्थित है। विभाजन से पूर्व जनपद का भौगोलिक क्षेत्रफल 7261 वर्ग किमी० था। पुनर्गठन के पश्चात जनपद इलाहाबाद का क्षेत्रफल घट कर 5437 2 वर्ग किमी० तथा जनपद कौशाम्बी का 1823 8 वर्ग किमी० हो गया। जनपद की प्रशासनिक व्यवस्था सुनिश्चित करने के उद्देश्य से वर्ष 1997-98 मे मेजा तहसील को पुनर्गठित कर कोराव तहसील का सृजन किया गया। जनपद को 8 तहसीलो तथा 20 विकास खण्डो मे बाटा गया है। जनपद मे कुल 2978 ग्राम है। जिसमे आबाद ग्रामो की सख्या 2799 तथा गैर आबाद ग्रामो की सख्या 179 है।

इस शोध कार्य का अध्ययन क्षेत्र असगठित क्षेत्र मे स्थापित साबुन उद्योग की इकाईया की विपणन सम्बन्धी समस्याओ को सीमित रखा गया है। समस्याओ के उत्पन्न होने के वास्तविक कारणो का अध्ययन करना तथा उनके निदान के लिए आवश्यक सुझाव प्रस्तुत करना है –

शोध कार्य की परिकल्पना :

शोध कार्य कुछ मान्यताओ एव परिकल्पनाओ पर आधारित होता है। इस शोध

कार्य का अध्ययन इस आधारिक परिकल्पना पर आधारित है कि जनपद इलाहाबाद मे असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगो की विपणन सम्बन्धी समस्याओ का आकलन एव उनके समाधान हेतु उपाय किया जा सके, जिससे कि भविष्य मे असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगो की विकास को गति मिल सके। यह शोध कार्य अग्रलिखित उप–परिकल्पनाओ पर आधारित है –

1 असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के उत्पादो की माग मे निरन्तर कमी हो रही है।

2 असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के कुल उत्पादन की मात्रा मे निरन्तर कमी हो रही है ।

3 असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग मे कार्यरत उत्पादन इकाईयो की सख्या मे निरन्तर उच्चावचन रहा है ।

4 असगठित क्षेत्र मे उत्पादित साबुन, इलाहाबाद जनपद के बाजारो मे उपलब्ध नही हो रहे है ।

5. इस उद्योग मे असगठित क्षेत्र की औद्यागिक इकाईयो का भविष्य उज्जवल नही है ।

शोध कार्य का उद्देश्य

आवश्यकता ही आविष्कार की जननी है। यदि वस्तु की आवश्यकता अधिकाधिक पडने लगती है तो उसे प्राप्त करने की कार्यवाही स्वत प्रारम्भ हो जाती है। आवश्यकता के अनुसार अध्ययन के लिए एक उद्योग विशेष का चयन किया गया है जो भविष्य मे इस उद्योग के तर्क सगत अध्ययन के लिए उपलब्ध हो सके।

आधुनिक भू–मण्डलीय व्यावसायिक जगत मे औद्योगिक इकाईयो की स्थापना तथा उत्पादन करना अपेक्षाकृत आसान है जबकि उत्पादित वस्तु का विपणन करना

कठिन कार्य है। साबुन उत्पाद एक उपभोक्ता परक वस्तु है जिसका उत्पादन असगठित एव सगठित दोनो क्षेत्रो मे हो रहा है। जहा एक ओर सगठित क्षेत्र के हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेउ के हाई पावर सर्फ डिटर्जेन्ट पाउडर की धूम है तो वही पर दूसरी ओर निरमा वाशिग पाउडर ने भी बाजार मे तहलका मचा रखा है। साथ ही विभिन्नरग, रुपो और मूल्य श्रृखला मे नहाने के साबुन, कपडा धोने के साबुन (डिटर्जेन्ट) एव अन्य उत्पाद से बाजार धरे पडे है। ऐसी स्थिति मे असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित साबुन का तुलनात्मक रुप से प्रतिस्पर्धा करके विपणन करना हथेली पर दही जमाने के समान है। असगठित क्षेत्र के समक्ष विपणन की समस्याओ को ध्यान मे रखते हुए इलाहाबाद जनपद के असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के सदर्भ मे अध्ययन करना, तथा तथ्य परक उद्देश्यो को ध्यान मे रखना तर्क सगत है जिससे इस निष्कर्ष पर पहुचा जा सके कि समस्या की उत्पत्ति का मूल कारण क्या है एव इसका क्या कोई समाधान सभव है ? अत उक्त परिप्रेक्ष्य मे अध्ययन के निम्न उद्देश्य है ।

1 असगठित क्षेत्र मे उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट की बाजार मे अनुपलब्धता के कारणो का पता लगाना।

2 सर्वेक्षण द्वारा इलाहाबाद जनपद के असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग की इकाईयो के उत्पादित साबुन, डिटर्जेन्ट एव अन्य साबुन उत्पादो का विपणन कैसे, कहा और किस मूल्य श्रृखला पर किया जाता है ?

3 इलाहाबाद जनपद के असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के लिए उपलब्ध बाजार का सर्वेक्षण एव मूल्याकन करना।

4 सर्वेक्षण के आधार पर इलाहाबाद जनपद मे स्थापित असगठित क्षेत्र मे स्थापित साबुन उद्योग की इकाईयो से सम्बन्धित समस्याओ का अवलोकन करना।

5 इलाहाबाद जनपद मे असगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयो को उपभोक्ताओ एव विक्रेताओ को उनकी आवश्यकतानुसार उपलब्धता हेतु सुझाव देना।

6 इलाहाबाद जनपद मे असगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग से सम्बन्धित इकाईयो के विपणन समस्या के समाधान हेतु अवस्थापनागत समस्याओ का अध्ययन करना।

7 इलाहाबाद जनपद की असगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयो द्वारा प्रयोग की जाने वाली विपणन विधियो का अध्ययन करना।

8 इलाहाबाद जनपद मे असगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयो द्वारा उत्पादित साबुन उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओ की प्रवृत्ति का अध्ययन करना।

9 असगठित क्षेत्र मे स्थापित साबुन उद्योग की इकाइयो की समस्याओ के सम्बन्ध मे सुझाव देना एव भावी दिशा निश्चित करना ।

शोध विधि

अध्ययन कार्य की सफलता के लिए शोधार्थी द्वारा प्राथमिक एव द्वितीयक दोनो प्रकार से सकलित सूचनाओ की सहायता ली गयी है। प्राथमिक सूचनाए शोधार्थी के व्यक्तिगत सर्वेक्षण, अवलोकन, प्रयोगात्मक एव पैनल के माध्यम से एकत्रित किये गये है। सर्वेक्षण के समय प्रश्नावली के माध्यम से सूचनाए एकत्रित की गयी है। प्रश्नावली इस प्रकार से तैयार की गयी थी कि जिससे उपभोक्ता तथा उत्पादक से सूचनाए तथ्य, मत एव अभिप्रेरणाए प्राप्त की जा सके । जिन सूचनाओ को प्रश्नावली के माध्यम से सकलित नही किया जा सका उनके लिए शोधार्थी द्वारा अवलोकन विधि का प्रयोग किया गया। जबकि द्वितीयक सूचनाओ का शोधार्थी द्वारा जिला उद्योग केन्द्र, इलाहाबाद, लघु उद्योग सेवा सस्थान नैनी, लघु उद्योग सेवा सस्थान कानपुर, उद्योग निदेशालय कानपुर, अर्थ एव सख्या कार्यालय इलाहाबाद, खादी ग्रामोद्योग प्रशिक्षण

सस्थान जघई इलाहाबाद से प्राप्त प्रपत्रो एव समाचार पत्र पत्रिकाओ की सहायता ली गयी है। विवरणात्मक तथ्यो के लिए उच्च स्तर के विद्वानो के लेखो, पुस्तको तथा वित्तीय सहायता प्रदान करने वाले अभिकरणो से प्राप्त लेख पत्रो का सहारा लिया गया है।

शोधार्थी द्वारा प्राथमिक एव द्वितीय स्रोतो से प्राप्त सूचनाओ का तुलनात्मक अध्ययन करने का प्रयास किया गया है। इसके लिए साख्यिकी की दैव निदर्शन और प्रतिदर्श चयन विधियो का प्रयोग किया गया है। प्राप्त सूचनाओ का विश्लेषण करते समय उनकी शुद्धता पर विशेष बल दिया गया है। विश्लेषण से प्राप्त निष्कर्षो को उनके मूल रूप मे ही स्वीकार किया गया है। उन्हे किसी प्रकार से परिवर्तित नही किया गया है।

शोध कार्य की सीमाए :

शोध कार्य शोधार्थी द्वारा यथा सभव पूर्ण सावधानी के साथ किया गया है। फिर भी शोध कार्य मे कुछ कमिया विद्यमान हो सकती है क्योकि सदर्भ स्रोत मे अधिकतर आकडे प्राथमिक सूचनाओ से प्राप्त किये गये है कुछ द्वितीयक स्रोत पर आधारित आकडो के द्वारा भी सहयोग लिया गया है । अत उन प्राथमिक एव द्वितीयक सोतो पर आधिरित सूचनाओ की सीमा भी शोध ग्रन्थ मे प्रस्फुटित हो सकती है । शोधार्थी के द्वारा सम्पूर्णता पाने का अथक प्रयास किया गया है । किन्तु यह भी एक तथ्य है। कि सम्पूर्णता देश एव काल से बाधित होती है ।

इसके अतिरिक्त यह भी ध्यान देना होगा कि शोध का कार्येकाल साधारतया मार्च 2002 तक सीमित है जबकि औद्योगिक विकास एव इलाहाबाद जनपद से सम्बन्धित आकडे एव सूचनाये वर्ष 2001 तक सीमित है ।

इसके अतिरिक्त असगठित क्षेत्र एव साबुन उद्योग से सम्बन्धित आकडे एव सूचनाये वर्ष 1999-2000 तक सीमित है तथा इलाहाबाद जनपद मे असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग से सम्बन्धित आकडे केवल मार्च 2002 तक ही प्राप्त है ।

आद्यतन स्थिति के सन्दर्भ मे शोध ग्रन्थ मे प्रस्तुत सभी अध्ययन सामग्री से प्राप्त तथ्य एव निष्कर्ष वर्तमान सदर्भ मे तथ्यगत एव सुसगत होगे एसी आशा है ।

द्वितीय अध्याय

अध्याय - 2

भारत मे औद्योगिक विकास - समेकित परिदृश्य

उद्यमिता मानव की नैसर्गिक प्रवृत्ति है हुनर और कारीगरी मनुष्य की रचना मे ही निहित है। सभवत इसी कारण मनुष्य का अँगूठा उसकी अन्य सभी उगलियो को स्पर्श कर सकता है। औद्योगिक विकास का शुभारम्भ मानव के उदय के साथ जुडा हुआ है। जैसे–जैसे मानव अपनी बुद्धि के बल पर सास्कृतिक विकास करता गया उसी के समानान्तर वह औद्योगिक विकास करता गया, मानवीय सभ्यता की प्रारम्भिक अवस्था मे मानव की आवश्यकता अत्यन्त सीमित थी वह आखेट करके भोजन एकत्रित करता था उसने पत्थरो की रगड से अग्नि की खोज की तथा पहिये का आविष्कार किया, मानव ने मिट्टी के बर्तनो का निर्माण करके औद्योगिकी करण की आधारशिला रखी।

आखेटक अवस्था के पश्चात् मानव ने स्थानान्तरित कृषि व्यवस्था मे कदम रखा जिसके लिए उसे सामूहिक रूप से सगठित होकर स्थाई निवास की आवश्यकता महसूस हुई। अत वह अधिवास का प्रारम्भिक रूप मिट्टी, लकडी, घास–फूस आदि से निर्मित मकान के रूप मे परिलक्षित हुए। इस प्रकार वह अपनी मूलभूत आवश्यकताओ की पूर्ति करने लगा था। निष्कर्षत यह कहा जा सकता है कि मानवीय आवश्यकताओ मे हुई शनै–शनै वृद्धि ने औद्योगिक विकास मे वृद्धि को जन्म दिया क्योकि आवश्यकता ही आविष्कार की जननी है। प्रारम्भिक अवस्था मे औद्योगिक विकास अत्यन्त धीमी गति से हुआ। उद्योगो का विकास 18वी शताब्दी से प्रारम्भ हुआ जिसकी गति 18वी शताब्दी के उत्तरार्द्ध मे ब्रिटेन की औद्योगिक क्रान्ति के कारण तीव्र हो गयी।

उद्योग का आशय

उद्योग किसी भी व्यवस्थित तथा क्रमबद्ध कार्य को कहते है। इसमे सभी तरह के आर्थिक कार्य सम्मिलित किये जाते है। इस प्रकार उद्योग के अन्तर्गत प्राथमिक आर्थिक कार्यो जैसे – अति साधारण ढग से मछली मारने, शिकार करने, वन उत्पाद सग्रहण करने आदि से लेकर जटिल प्रक्रिया द्वारा वस्तु विनिर्माण एव व्यापार आदि सभी कार्य सम्मिलित होते है।[1]

उद्योग का आशय उस आर्थिक कार्य से है जिसमे उपयोगी वस्तुओ का निर्माण किया जाता है या सेवा कार्य का जन्म होता है। उद्योग के द्वारा प्रकृति प्रदत्त पदार्थो की उपयोगिता बढाकर उन्हे उपयोग अथवा विक्रय योग्य बनाया जाता है।[2] वस्तुओ एव सेवाओ के लिए किया गया मानवीय एव शारीरिक श्रम ही उद्योग है। मनुष्य द्वारा अपने जीविकोपार्जन के लिए किया गया कोई भी कार्य जिससे किसी वस्तु या सेवा का सृजन होता है उद्योग कहलाता है।

उद्योग के अन्तर्गत समस्त मानवीय क्रियाये शामिल की जाती है जिनका उद्देश्य वस्तुओ के उत्पादन विक्रय या हस्तान्तरण से वाछित लाभ अर्जित करते हुए समाज की आवश्यकताओ की पूर्ति की जाती है।

उद्योग का विभाजन

उद्योग के विविध पक्षो को विभिन्न स्वरूपो मे देखा जा सकता है। निष्कर्षण उद्योग, पुनरूत्पादक उद्योग, वस्तु निर्माण उद्योग, सहायक उद्योग एव ऐसे सभी आर्थिक कार्य जो पृथ्वी मे सचित अथवा पृथ्वीतल पर पाये जाने वाले ससाधनो को मनुष्य की आवश्यकता पूर्ति के लिए सीधे ग्रहण करने से सम्बन्धित है। उन्हे निष्कर्षत

---

1. **सिह काशी नाथ, सिह जगदीश . आर्थिक भूगोल के तत्व पृष्ठ 319**

2 **डा० मेहरोत्रा एव०सी०, डॉ० गुप्ता बी०एम० व्यवसायिक सगठन एव प्रबन्ध पृष्ठ 3**

उद्योग कहते है।[3] इस प्रकार उद्योगो की सामान्यत विनिर्माण सामग्री पूँजी तथा सगठनात्मक व्यवहार के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है –

क विनिर्माण सामग्री के आधार पर

1 उत्खनन या खनिज उद्योग

2 रसायनिक उद्योग

3 कृषि पर आधारित उद्योग

4 पशुओ पर आधारित उद्योग

ख पूजी के आधार पर

1 कुटीर उद्योग

2 लघु उद्योग

3 बृहद पैमाने के उद्योग

ग संगठनात्मक ढाँचे के आधार पर

1 सार्वजनिक क्षेत्र

2 निजी क्षेत्र

क सगठित क्षेत्र

ख असगठित क्षेत्र

क विनिर्माण सामग्री के आधार पर

विभिन्न प्राकृतिक ससाधनो या पदार्थो को पदार्थो को एकत्रित एव परिमार्जित करके परिष्कृत एव उपयोगी सामग्री तैयार करना । जिसका उपयोग उपभोक्ता अपनी आवश्यकतानुसार कर सके, वस्तुओ को अधिक उपयोगी स्वरूप मे बदलना ही विनिर्माण कहलाता है।

3 सिह काशी नाथ, सिह जगदीश आर्थिक भूगोल के तत्व पृष्ठ 319

(i) उत्खनन या खनिज उद्योग

प्रकृति द्वारा निशुल्क उपलब्ध भूमि के आन्तरिक सतह मे छिपे विभिन्न खनिज एव रसायनो की खोज पृथ्वी के धरातल पर उपयोग हेतु खनन क्रिया द्वारा निकालना उत्खनन या खनिज उद्योग कहलाता है। उदाहरणार्थ – कोयला उद्योग, पोर्टलैण्ड सीमेन्ट उद्योग, लौह अयस्क उद्योग, अभ्रक उद्योग, खनिज तेल उद्योग, पत्थर खनन उद्योग, कोयला से कोक उद्योग, आदि।

(ii) रसायनिक उद्योग

रसायनिक उद्योग के अन्तर्गत विभिन्न प्रकार के रसायनो को सम्मिलित किया जाता है। कार्बनिक – अकार्बनिक रसायन, हल्के या भारी रसायन, कार्बनिक रसायनिक पदार्थ के योगिक है। जिनमे पौधो तथा जानवरो की भॉति कार्बन परमाणु होते है।

अकार्बनिक रसायन जो वायुमण्डलीय गैसो, खनिजो, जल तथा जीविका जीवधारियो के मल–मूत्र से निर्मित पदार्थो के बने होते है ।[4] हल्के रसायनो मे कोयले से कीटनाशक पाउडर, रग, कार्बोलिक एसिड, विस्फोटक उर्वरक, कृत्रिम रेशे, कृत्रिम रबड आते है।

भारी रसायनिक पदार्थो के अन्तर्गत सल्फ्यूरिक एसिड, सोडा एश, कास्टिक सोडा, क्लोरीन, नाइट्रिक एसिड (सोडा अम्ल), एसिटिक एसिड, हाइड्रोक्लोरिक एसिड आदि।[5] साबुन एव डिटर्जेन्ट के निर्माण मे भारी रसायनिक पदार्थ कच्चे माल के रूप मे प्रयोग किये जाते है। ये रसायनिक पदार्थ, सल्फ्यूरिक एसिड, सोडा एश, कास्टिक सोडा आदि है।

---

4 डॉ० सिह अमर, डॉ० रजा मेहदी ससाधन एव सरक्षण भूगोल पृष्ठ 351

5 डॉ० कौशिक एस०डी०, शर्मा अरुणेश कुमार ससाधन भूगोल पृष्ठ 501

(iii) कृषि पर आधारित उद्योग

भारतीय अर्थव्यवस्था मे कृषि जीविकोपार्जन का प्रमुख व्यवसाय है। देश की राष्ट्रीय आय का अधिकाश भाग कृषि क्षेत्र से अर्जित होता है। अत कृषि उत्पाद तथा कृषि पर आधारित उद्योगो के विकास पर विशेष जोर दिया जाना चाहिए। कृषि पर आधारित उद्योग यथा–वस्त्र उद्योग, चीनी उद्योग, खाद्य तेल उद्योग, मसाला उद्योग, दाल मिल उद्योग, आटा मिल उद्योग, चावल मिल उद्योग, मशरूम उत्पादन कृषि से सम्बन्धित उपकरण निर्माण उद्योग आदि।

(iv) पशुओ पर आधारित उद्योग

पशुओ पर आधारित उद्योग कृषि उद्योग पर निर्भर करते है। कृषि के विकास के साथ ही पशु पर आधारित उद्योग का विकास सम्भव है। वरन एक दूसरे के सहायक उद्योग की सज्ञा दी जा सकती है। पशु पर आधारित उद्योग सुअर पालन, भेड एव बकरी पालन, दुग्ध उत्पादन उद्योग, चर्म उद्योग, ऊन उद्योग आदि।

(ख) पूजी के आधार पर

उद्योगो मे पूजी निवेश की सीमा को सरकार द्वारा समय–समय पर परिवर्तित किया जाता रहा है। जिसके आधार पर उद्योग के विभिन्न स्वरूप परिलक्षित होते है।

(i) कुटीर उद्योग ·

कुटीर उद्योग मुख्य रूप से व्यक्तिगत आधार पर निजी साधनो एव परिवार के सदस्यो की सहायता से पूर्णकालिक अथवा अशकालिक व्यवसाय के रूप मे चलाये जाते है। इसमे मुख्यत हस्तशिल्प उद्योग, कताई–बुनाई, ढलाई उद्योग, गुड एव खाण्डसारी, लकडी के खिलौने, कालीन उद्योग, जडी बूटियो का सग्रह करना, सूत कातना, पत्थरो की मूर्तियॉ बनाना, माचिस की तीलियॉ बनाना, बीडी बनाना, दोना–पत्तल बनाना, सुतली की रस्सी बनाना, ईट बनाना, चमडे काट कर जूते बनाना आदि।

(ii) लघु उद्योग ·

लघु उद्योग से आशय ऐसे औद्योगिक प्रतिष्ठानो से है जिसमे सरकार द्वारा जारी की गयी अधिसूचना सख्या 857 के अनुसार स्थायी सम्पत्तियो (सयत्र एव मशीनरी) मे पूजी निवेश 3 करोड रूपये से अधिक न हो की सीमा निर्धारित की गयी थी जिसमे 29 अप्रैल 1998 को निवेश की सीमा घटाकर एक करोड रूपया कर दी गई है। प्रतिष्ठान चाहे निजी स्वामित्व या पट्टे अथवा किराये पर हो।[6]

(iii) वृहद उद्योग

वृहद पैमाने के उद्योग का सूत्रपात औद्योगिक क्रान्ति के पश्चात हुआ। इसमे अत्यधिक पूॅजी निवेश तथा सुदृढ प्रबन्धकीय ढॉचा होता है। उद्योग का सचालन सुव्यवस्थित एव सगठित रूप से किया जाता है। वृहद औद्योगिक प्रतिष्ठानो मे उच्च पदाधिकारियो तथा निम्न पदाधिकारियो के मध्य आपस मे सामजस्य होता है। ये उद्योग विभिन्न स्वरूपो मे विद्यमान है जैसे–लोहा एव इस्पात उद्योग, सूती वस्त्र उद्योग, जूट उद्योग, पटशन उद्योग, बडे रसायन उद्योग, चीनी उद्योग, उर्वरक उद्योग, आटोमोबाइल उद्योग, इजीनियरिग उद्योग आदि ।

(ग) सगठनात्मक ढॉचे के आधार पर

सगठनात्मक ढॉचे से आशय किसी औद्योगिक सस्थान मे सम्बन्धित विभिन्न साधनो जैसे – मानव, माल, मशीन आदि के मध्य उद्योग की सवृद्धि के लिए प्रभावपूर्ण सुसगठन स्थापित करना है। इस आधार पर उद्योग को निम्न दो क्षेत्रो मे वर्गीकृत किया जाता है ।

(i) सार्वजनिक क्षेत्र :

ऐसे औद्योगिक व्यवसायिक वाणिज्यिक एव सेवार्थ सस्थाए जिनका प्रबन्धकीय

---

6 उद्योग मत्रालय,भारत सरकार,लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग,लघु उद्योग,क्षेत्र पृष्ठ 3

नियन्त्रण तथा स्वामित्व केन्द्र सरकार, राज्य सरकार, अथवा स्थानीय निकायो के आधीन है । सस्थान का कार्य सचालन स्वय या सम्मिलित रूप से अथवा निजी उपक्रमो के साथ सम्मिलित रूप से किया जाता है, सार्वजनिक क्षेत्र के उद्योग कहलाते है । इस क्षेत्र मे प्रमुखत सिचाई एव बिजली परियोजनाए, रेलवे, डाक और तार, आयुध कारखाने तथा अन्य विभागीय उपक्रम, बैकिग, बीमा, वित्त तथा अन्य सेवाए शामिल है ।

(ii) निजी क्षेत्र

निजी क्षेत्र के अन्तर्गत ऐसे औद्योगिक, व्यवसायिक, वाणिज्यिक एव सेवार्थ सस्थाए जिनका प्रबन्धकीय नियन्त्रण एव स्वामित्व निजी व्यक्तियो या सस्थाओ के पास होता है । और जिनका कार्य सचालन उनके द्वारा स्वय अकेले या सामूहिक रूप से किया जाता है, को शामिल किया जाता है । इस क्षेत्र मे उद्योग निम्न दो स्वरूपो मे परिलक्षित होते है ।

(क) असगठित क्षेत्र ·

साधारणत अनौपचारिक आय, उदगम स्रोतो को असगठित क्षेत्र माना जाता है । उत्पादन पद्धति, उत्पादन सरचना और सगठन की क्रियाशीलता को ध्यान मे रखते हुए यह कहा जा सकता है कि असगटित क्षेत्र से आशय विभिन्न वस्तुओ और सेवाओ की उन उत्पादक क्रियाओ से है जो साधारणत निजी स्तर पर कम पूजी से छोटे पैमाने पर अनियत्रित उत्पादन सरचना के आधार पर की जाती है। उत्पादन प्रक्रिया मे सलग्न परिवार ही व्यवसायगत प्रतिफल के स्वामी होते है।

(ख) संगठित क्षेत्र :

औपचारिक रूप से कृषि और गैर कृषि क्षेत्र की उन सभी औद्योगिक इकाइयो को सगठित क्षेत्र की इकाइया माना जाता है और जिनमे नियुक्ति सीधे या किसी

अभिकरण द्वारा की जाती है। सगठित क्षेत्र की इकाइयॉ मानी जाती है।[7] इनका सचालन विभिन्न व्यक्तियो या सस्थाओ द्वारा सगठित रूप से मिलकर किया जाता है।

औद्योगिक विकास

विश्व के किसी भी राष्ट्र का विकास, उस राष्ट्र के औद्योगिक विकास पर बहुत निर्भर करता है। आज जो भी राष्ट्र विकास के क्षेत्र मे शीर्षस्थ माने जा रहे है, वहॉ औद्योगिक क्षेत्र का विकास सर्वप्रथम हुआ। चाहे वह सयुक्त राज्य अमेरिका हो, जापान, रूस, ब्रिटेन या जर्मनी हो, सभी राष्ट्रो ने उद्योगो को विकसित करने की प्राथमिकता दी। औद्योगिक विकास अर्थव्यवस्था को सुदृढ करने अतिरिक्त श्रम को उत्पादक बनाने, राष्ट्रीय आय मे वृद्धि करने तथा आय एव सम्पत्ति की असमानता को कम करने मे सहायक है। विदेशी व्यापार के असन्तुलन को सन्तुलित, औद्योगिक विकास के माध्यम से किया जा सकता है।[8]

उद्योग किसी भी राष्ट्र के विकास की आधारशिला होते है। कौन सा देश विकास की किस स्थिति से गुजर रहा है। यह उस देश के उद्योग धन्धो की दशा देख कर ज्ञात हो जाता है। आज विश्व के अनेक देशो की अपेक्षा छोटा सा देश जापान इसलिए विकसित देशो की श्रृखला मे सम्मिलित है, क्योकि वहॉ के उद्योग पूर्ण विकसित स्थिति को प्राप्त हो चुके है। वहॉ औद्योगिक विकास मे आ रही क्रान्ति तकनीकी एव नये अनुसन्धान देश की प्रगति मे चार चॉद लगा रहे है।[9]

भारत प्राचीन काल से ही औद्योगिक राष्ट्र के रूप मे विश्व विख्यात था। यहॉ के परम्परागत उद्योगो द्वारा उत्पादित वस्तुओ की मॉग विश्व के लगभग सभी देशो मे

---

7 खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, खादी ग्रामोद्योग भारत मे असगठित क्षेत्र पृष्ठ 3

8 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था ''नियोजन एवं विकास'' पृष्ठ 320

9 सूचना और प्रसारण मंत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत सरकार योजना अंक 16-30 सितम्बर 1990, पृष्ठ 9

थी यह कथन सत्य था कि ढाका का बना हुआ मलमल इतनी अच्छी गुणवत्ता का होता था कि एक मीटर मलमल अँगूठी के बीच से निकाला जा सकता था। प्रारम्भ मे यूरोप के लोग भारत के परम्परागत उद्योगो द्वारा उत्पादित वस्तुओ को क्रय करने के उद्देश्य से आये जो धीरे–धीरे बढ कर व्यापारिक रूप ले लिया तथा भारतीय वस्तुओ का यूरोपीय बाजारो मे अधिपत्य सा हो गया जिसके प्रतिरोध मे आम जनता द्वारा अत्यधिक विरोध व्यक्त किया गया। जिसके फलस्वरूप विदेशियो ने हमारे देश से कच्चा मान ले जाकर अच्छी गुणवत्ता एव सस्ते मूल्य पर वस्तुओ का उत्पादन अपने देश मे करने लगे । यह वस्तुये भारत के परपरागत उद्योगो द्वारा उत्पादित वस्तुओ से प्रतिस्पर्धा करने लगी और उन यूरोपीय वस्तुओ की मॉग बढने लगी जो अन्तत परपरागत उद्योगो के हित पर कुठाराघात हुआ तथा उद्योगो की विनाशलीला प्रारम्भ हो गयी। देश मे आधुनिक उद्योगो का विकास 18वी शताब्दी से हुआ। मुख्यत भारतीय पूॅजी एव उद्यम से सन् 1854 मे सूती वस्त्र उद्योग का शुभारम्भ हुआ, 19वी शताब्दी के अन्त तक सूती वस्त्र, जूट, कोयला खनन उद्योग ही विकसित हो सके थे।[10] औद्योगीकरण की प्रक्रिया को गति स्वतत्रता के पश्चात मिली, अत्यन्त निम्न स्तरीय ढाचे को सुविचारित प्रयासो से नीतिगत प्रावधानो के अनुसार सुदृढ तथा विबिधीकृत करने का प्रयास किया गया।

नीतिगत प्रावधान

औपनिवेशिक शासन मे भरतीय अर्थव्यवस्था मे निरन्तर ह्रास की प्रवृत्ति बनी रही, जब देश को राजनैतिक स्वतन्त्रता मिली तो गरीबी, बेरोजगारी, विषमता आदि समस्याये देश को विरासत मे प्राप्त हुई। तत्कालीन राष्ट्रीय सरकार देश की इन विभिन्न समस्याओ के निवारण हेतु औद्योगिक विकास के मार्ग को पशस्त करने के

10 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था ''नियोजन एव विकास'' पृष्ठ 321

लिए नीतिगत प्रावधानो का अनुसरण किया।

सन् 1947 मे उपभोक्ता वस्तु उद्योग की प्रधानता

सन् 1947 मे राजनैतिक स्वतन्त्रता मिलने के समय देश मे औद्योगीकरण की स्थिति सन्तोषजनक न थी। अग्रेज शासको की विदाई के पश्चात राष्ट्रीय सरकार का गठन हुआ। उस समय सरकार के समक्ष सबसे प्रमुख समस्या विभिन्न प्रकार के विस्थापितो के निवास एव भोजन की व्यवस्था करना था। उसी समय देश मे भीषण अकाल पडा हुआ था जो अत्यधिक प्रलयकारी था। तत्कालीन राष्ट्रीय सरकार सर्वप्रथम जीवन की मूल आवश्यकताओ को पूरा करने के लिए कृषि क्षेत्र से प्राप्त उत्पादन की प्रक्रिया करने वाले उद्योगो पर विशेष ध्यान दिया क्योकि ब्रिटिश शासको की दमनकारी नीति के फलस्वरूप जो उद्योग बचे थे वे भी अत्यन्त जीर्ण–शीर्ण अवस्था मे थे, इस प्रकार इन उद्योगो द्वारा उत्पादित वस्तुए मूलत उपभोक्ता प्रधान थी। सरकार द्वारा विद्यमान उद्योगो को पुन जीवित करने तथा औद्योगीकरण के मार्ग को प्रशस्त करने के लिए औद्योगिक नीति प्रस्ताव 1948 पारित किया गया ।

सन् 1948 मे औद्योगिक नीति प्रस्ताव ·

सन् 1947 मे स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद भारत आँर्थिक विकास के मार्ग पर अग्रसर हुआ, देश मे औद्योगिकी करण की शुरूआत अप्रैल 1948 मे पारित औद्यागिक नीतिगत प्रस्ताव द्वारा की गयी। प्रस्ताव द्वारा यह प्रयास किया गया कि उपभेक्ता वस्तुओ के उत्पादन के साथ विद्यमान बीमार औद्योगिक इकाइयो को पुनर्निमाण किया जाय, इस नीतिगत प्रस्ताव मे मिश्रित अर्थव्यवस्था का उद्देश्य रखा गया। औद्योगिक नीति प्रस्ताव मे सार्वजनिक क्षेत्र को प्राथमिकता प्रदान करने के साथ निजी उद्योगपतियो को भी उपयुक्त अवसर प्रदान किये गये, इस प्रस्ताव मे विभिन्न विचारधाराओ – समाजवाद गॉधीवाद तथा उदारवाद के मध्य समन्वय स्थापित करने

का प्रयास किया गया। 1948 की औद्योगिक नीति मे यह व्यवस्था की गयी थी कि सार्वजनिक क्षेत्र और निजी क्षेत्र आपस मे एक दूसरे के साथ मिल कर कार्य करे, तथा लघु एव कूटीर उद्योगो को सरक्षन प्रदान करे। इस प्रकार 1948 का औद्योगिक नीति प्रस्ताव मिश्रित अर्थव्यवस्था का पोषक था। सरकार ने औद्योगिक नीति के माध्यम से 3 (तीन) उद्योगो को पूर्णत अपने अधिकार मे रखा। इस वर्ग मे क्रमश आयुध निर्माण उद्योग, आणविक शक्ति का उत्पादन और रेल यातायात का स्वामित्व एव प्रबन्ध सम्मिलित किया गया तथा छ आधारभूत उद्योग जिनका नियमन और नियन्त्रण सरकार ने अपने हाथ मे लिया तथा नयी इकाई प्रारम्भ करने का अधिकार सरकार को ही था इस वर्ग मे क्रमश कोयला उद्योग, लोहा व इस्पात उद्योग, वायुयान निर्माण उद्योग, जलयान निर्माण उद्योग, टेलीफोन व बेतार उपकरण उद्योग तथा खनिज तेल उद्योग रखे गये थे। शेष सभी उद्योगो की स्थापना और सचालन मे निजी उद्यम और सहकारी क्षेत्र को पूर्ण स्वतत्रता दी गयी थी। परन्तु यह व्यवस्था की गयी थी की आवश्यकता पडने पर सरकार हस्तक्षेप कर सकती है।

1956 मे नई औद्योगिक नीति प्रस्ताव

औद्योगिक नीति 1948 के अपनाये जाने के उपरान्त देश मे अनेक आर्थिक एव राजनीतिक परिवर्तन हुये । जिसके फलस्वरूप दूसरी औद्योगिक नीति प्रस्ताव 1956 मे पारित किया गया । 1956 की औद्योगिक नीति का घोषणा प्रस्ताव औद्योगिक क्षेत्र के विकास मे एक अति महत्वपूर्ण घटना है । और उसके बाद घोषित औद्योगिक नीतियो का आधार यह नीति प्रस्ताव ही रहा,[11] औद्योगिक नीति प्रस्ताव द्वारा सार्वजनिक क्षेत्र का विस्तार कर 17 उद्योग को शामिल किया गया । जिसमे प्रथम चार उद्योगो पर सरकार का पूर्णत एकाधिकार और शेष 13 उद्योगो की नवीन इकाइयो को नवीन क्षेत्र

---

11 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था ''नियोजन एव विकास'' पृष्ठ 330,331

मे खोले जाने की व्यवस्था की गयी । इस वर्ग मे क्रमश अस्त्र–शस्त्र, आणविक ऊर्जा, रेल वायु यातायात, कोयला और लिगनाइट, खनिज तेल, लौह अयस्क, जिप्सम, गधक, स्वर्ण एव हीरो का खनन, ताबॉ, सीसा, जस्ता, विद्युत उपकरण, वुलफ्रैम का खनन, और प्रक्रिया, परमाणु ऊर्जा, टेलीफोन, टेलीफोन के तार, टेलीग्राफ और बेतार उपकरण आदि शामिल है । औद्योगिक नीति 1956 मे सार्वजनिक क्षेत्र के साथ निजी क्षेत्र के सहयोग की अपेक्षा की गयी । निजी क्षेत्र से सहयोग प्राप्त करने के उद्देश्य से सरकार ने इस वर्ग मे 12 उद्योगो को शामिल किया । इस वर्ग के उद्योगो की नई इकाई की स्थापना साधारणत सरकार द्वारा ही की जायेगी । इस वर्ग मे मुख्य रूप से लौह मिश्र धातु उद्योग, उवर्रक उद्योग, सडक व जल परिवहन, जीवाणु नाशक दवा उद्योग, रसायन उद्योग आदि सम्मिलित है ।

औद्योगिक नीति प्रस्ताव मे शेष सभी उद्योगो का विकास निजी क्षेत्र के उद्यमऔर लगन पर निर्भर रहेगा । इस औद्योगिक नीति के दौरान सार्वजनिक क्षेत्र मे 3 बडे इस्पात कारखाने स्थापित किए गये, उडीसा मे राउरकेला इस्पात कारखाना, पश्चिमी बगाल मे दुर्गापुर इस्पात कारखाना, मध्य प्रदेश मे भिलाई इस्पात कारखाना लगाये गये। इन भारी उद्योगो के साथ, सूती वस्त्र उद्योग, जूट उद्योग, सीमेन्ट, चाय, कागज, खनन उद्योग का भी विस्तार किया गया ।

सन् 1973 मे औद्योगिक नीति 1956 के प्रावधान मे कुछ परिवर्तन कर उच्च प्राथमिकता वाले उद्योगो की पहचान की गई जिनमे बडे औद्योगिक घरानो और विदेशी कम्पनियो को पूॅजी लगाने की अनुमति दी गयी क्योकि यह अनुभव किया गया कि सभी उद्योगो को सरकार नही चला सकती ।[12]

---

12 **सूचना और प्रसारण मत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत सरकार योजना अक नवम्बर 1998 पृष्ठ 3**

1977 का नीतिगत प्रस्ताव (आयात प्रतिस्थापन एवं निर्यात प्रोत्साहन पर बल)

23 दिसम्बर 1977 की जनता सरकार ने औद्योगिक नीति 1956 की विक्रतियो को दूर करने के उद्देश्य से एक नई औद्योगिक नीति की घोषणा की, और उद्योग के सम्बन्ध मे नीति का आधार, 1956 का औद्योगिक नीति प्रस्ताव था । जनता सरकर की नीति का प्रधान उद्देश्य छोटे पैमाने के क्षेत्र का विकास था । नीति वक्तव्य मे साफ कहा गया, "अभी तक औद्योगिक नीति का बल मुख्यत भारी उद्योगो पर रहा है, कुटीर उद्योग तो पूर्णतया उपेक्षित रहे है, छोटे उद्योगो का कार्य भाग मामूली रहा है । नयी औद्योगिक नीति का मुख्य बल लघु तथा कुटीर उद्योगो को प्रभावी रूप मे प्रोन्नत करना है ताकि वे ग्रामीण क्षेत्रो और छोटे कस्बो मे बहुत अधिक फैल जाय । सरकार की नीति यह है कि जो कुछ भी लघु एव कुटीर उद्योगो द्वारा उत्पादन हो सकता है । निश्चय ही उनके द्वारा बनाया जाना चाहिये ।" सरकार ने लघु एव कुटीर उद्योगो के लिए आरक्षित सूची मे जहा पहले 180 मदे थी औद्योगिक नीति मे इसका विस्तार कर इसमे मार्च 1978 तक 807 मदे शामिल की गयी ।[13] इस आद्योगिक नीति मे निर्यातोन्मुख माल तथा बडे पैमाने पर उपयोग होने वाली वस्तुओ का उत्पादन बढाने पर जोर दिया गया । आयात प्रतिस्थापन और निर्यात प्रोत्साहन की दिशा मे विशेष जोर दिया गया । क्योकि भारत मे 1950-51 मे मशीनो के सदर्भ मे आयातो पर निर्भरता 80 प्रतिशत थी। जिसे कम करना था ।

आर्थिक एवं औद्योगिक उदारीकरण नीतिगत प्रस्ताव 1991 .

देश मे औद्योगिक क्षेत्र मे उदारीकरण की प्रक्रिया सन् 1985 से प्रारम्भ हो गयी थी। जब उद्योगो पर लगे प्रतिबन्ध जिससे उनका विकास अवरूद्ध होता था हटाये जाने लगे तथा देश मे उद्योगो के क्षेत्रीय असन्तुलन को दूर करने के लिए पिछडे क्षेत्रो मे

---

13 दत्त रुद्र, सुन्दर के०पी० एम०, भारतीय अर्थव्यवस्था पृष्ठ 157, 158

उद्योग लगाने पर कई रियायते और राहते प्रदान की जाने लगी थी।

औद्योगीकरण के क्षेत्र मे स्पष्ट उदारीकरण 24 जुलाई 1991 की ससद मे पारित नई औद्योगिक नीति प्रस्ताव से परिलक्षित होता है जो औद्योगीकरण के क्षेत्र मे 1956 के पश्चात एक क्रान्तिकारी परिवर्तन था। औद्योगिक नीति द्वारा औद्योगिक उदारीकरण के साथ आर्थिक उदारीकरण के मार्ग को पशस्त कर दिया गया। तीव्र औद्योगिक विकास के लिए उद्योगो को प्रशासनिक एव कानूनी नियन्त्रण से मुक्त कर दिया गया। एकाधिकार प्रतिबन्धात्मक व्यापार व्यवहार अधिनियम (MRTP Act) को सशोधित किया गया। विदेशी पूँजी के आयात मे वृद्धि करने के उद्देश्य से कम्पनियो मे विदेशी पूजी निवेश की सीमा को 40% से बढाकर 51% कर दिया गया जिससे अब विदेशी कम्पनियो को प्रबन्ध सचालन का अधिकार दे दिया गया।

1991 की आर्थिक नीति मे उदारीकरण की प्रक्रिया को अधिक प्रभावी और तीव्र बनाने का प्रयास किया गया है। यह नीति देश की अर्थव्यवस्था को काफी हद तक अविनियमित करती है।[14] औद्योगिक नीति का मुख्य उद्देश्य उद्यमशीलता को प्रोत्साहित करना, प्रौद्योगिकी को उन्नत करना, अन्तर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धात्मकता प्राप्त करना तथा उत्पादकता और रोजगार के अवसरो मे वृद्धि करना है।

औद्योगिक नीति प्रस्ताव द्वारा सार्वजनिक क्षेत्र के लिए 6 उद्योगो को आरक्षित कर शेष सभी उद्योगो मे निजी क्षेत्र के प्रवेश की सुविधा प्रदान की गयी। आरक्षित छ उद्योग – प्रतिरक्षा उत्पाद, आणिवक ऊर्जा, कोयला और लिगनाइट, खनिज तेल, रेल परिवहन एव आणविक ऊर्जा से सम्बद्ध खनिज उत्पाद सरकारी क्षेत्र के लिए सुरक्षित है। नई औद्योगिक नीति के अनुसार 15 उद्योगो को छोडकर अन्य सभी उद्योगो को लाइसेन्स व्यवस्था से मुक्त रखा गया है। अब केवल हानिकारक रसायनो, दवाइया, शराब, सिगरेट, मोटर कार जैसे कपितय उत्पादनो के लिए ही लाइसेन्स लेने की

---

14 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था ''नियोजन एव विकास'' पृष्ठ 335

आवश्यकता है। इससे नई औद्योगिक इकाइयो का सृजन तथा पूर्ववत विद्यमान इकाइयो को अपनी क्षमता प्रसार मे कई वैधानिक और प्रशासनिक औपचारिकताओ को पूरा नही करना पडेगा।

औद्योगिक सवृद्धि

औद्योगीकरण की प्रक्रिया मे उत्पादन वृद्धि को सवृद्धि का केन्द्र बिन्दु माना है। औद्योगिक सवृद्धि अर्थव्यवस्था के विभिन्न क्षेत्रो मे सरचनात्मक परिवर्तन तथा औद्योगिक क्षेत्र के समस्त उत्पादन मे निरन्तर वृद्धिमान प्रवृत्ति से है। सवृद्धि एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमे सकल राष्ट्रीय उत्पादन दीर्घ काल तक बढता रहता है। औद्योगिक सवृद्धि की दर का मापन करने के लिए औद्योगिक विकास सूचकाक का प्रयोग यन्त्र के रूप मे किया जाता है। सूचकाक के माध्यम से औद्योगिकी करण के विभिन्न पहलुओ,उत्पादन के स्तर मे होने वाली वृद्धि या गिरावट की जानकारी प्राप्त होती है। औद्योगिक प्रगति की सही स्थिति सूचकाक से स्पष्ट दिखायी पडती है।

तालिका 2.1 - औद्योगिक सवृद्धि दर :

क्रमाक	अवधि	उत्पादन लक्ष्य (प्रतिशत में)	औसत वार्षिक सवृद्धि दर (प्रतिशत मे)
1	2	3	4
1	प्रथम योजना	——	8 0
2	द्वितीय योजना	——	8 2
3	तृतीय योजना	14 0	7 8
4	चतुर्थ योजना	8 0	5.0
5	पाचवी योजना	7 0	5 3
6	छठी योजना	7 0	5 5
7	सातवी योजना	8 7	8 5
8	आठवी योजना	7 5	7 24
9	नौवी योजना	8 2	——

स्रोत - विभिन्न पंचवर्षीय योजना रिपोर्ट

तालिका 2 1 से स्पष्ट है कि औद्योगिक सवृद्धि सातवी योजना का सर्वाधिक 8 5 प्रतिशत रही। जो निर्धारित लक्ष्य 8 7 प्रतिशत के लगभग बराबर रही। सबसे कम सवृद्धि दर चतुर्थ पचवर्षीय योजना काल मे 5 0 प्रतिशत जो निर्धारित लक्ष्य 8 0 प्रतिशत से काफी कम रही। तृतीय योजना काल मे निर्धारित लक्ष्य 14 0 प्रतिशत जो कि विभिन्न योजनाओ मे सर्वाधिक था को प्राप्त नही कर पाये और औसत दर 7 8 प्रतिशत ही रही। इस प्रकार यह स्पष्ट होता है कि प्रारम्भिक योजना काल मे सवृद्धि दर लगभग एक समान रही। चतुर्थ योजना काल से सवृद्धि दर मे लगातार गिरावट होती रही जो आकर सातवी योजना काल मे वृद्धि दर्ज हो पायी।

औद्योगिक सूचकाक

"देश मे सन् 1950 से औद्योगिक उत्पादन सूचकाक का प्रकाशन मासिक श्रृखलाओ के रुप मे किया जाता है। औद्योगिक उत्पादन सूचकाक मे समय–समय पर सशोधन, उद्योगो की अवसरचना मे हुए परिवर्तनो को प्रदर्शित करने के लिए, तुलनात्मक आधार को अपेक्षाकृत हाल की अवधि मे परिवर्तित करके, उद्योगो के विस्तार का पुनरीक्षण करते हुए किया जाता है।"

देश मे सूचकाक की शुरुआत होने के समय से आधार वर्ष 1946 था, तत्पश्चात् आधार वर्ष को, वर्ष 1951, 1956, 1970, 1980–81 की विभिन्न समय अवधियो मे सशोधित किया गया है। वर्तमान समय से जून 1995 मे साख्यिकी विभाग द्वारा स्थापित तकनीकी सलाहकार समिति की सिफारिशो के आधार पर औद्योगिक उत्पादन सूचकाक को अब 1993–94 आधार वर्ष माना गया है।

औद्योगिक विकास सूचकाक मे उद्योगो की वार्षिक समीक्षा के परिणामो के आधार पर मदो का चुनाव किया गया है। नई–श्रृखला 1993–94 मे लघु उद्योग क्षेत्र से 18 मदो को शामिल किया गया है। जो 1980–81 की श्रृखला से सम्बन्धित है।

1993–94 की श्रृखला मे वर्ष 1980–81 की श्रृखलाओ मे अपनाए गये एन०आई०सी 1970 की तुलना मे एन०आई०सी० 1987 के वर्गीकरण को अपनाया गया है। वर्ष 1980–81 की श्रृखला मे औद्योगिक उत्पादन की मदो एव सख्या के भारित सूचकाक की तुलना मे 1993–94 को नई श्रृखला के अनुसार भारित सूचकाक का विवरण निम्नवत है

तालिका 2 2 औद्योगिक सूचकाक

क्रमाक	औद्योगिक उत्पादन क्षेत्र	मदो की सख्या		भारित	
		1980-81	**1993-94**	**1980-81**	**1993-94**
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1	विनिर्माण	290	478	77 11	79 36
2	खनन	61	64	11 46	10 47
3	विद्युत	1	1	11 43	10.17
	योग	352	543	100	100

स्रोत – आर्थिक समीक्षा 1998-99, पृष्ठ, 100 (भारित 100 का प्रतिशत है ।)

तालिका 2.3 औद्योगिक उत्पादन की वार्षिक वृद्धि दर (प्रमुख उद्योग)

(आधार वर्ष 1993-94 = 100)

क्रमाक	वर्ष	खनन (टन)	विनिर्माण	विद्युत (किलोवाट)	सामान्य
	भार	**10.4, 11.5**	**79.4, 77.1**	**10.2, 11.4**	**100, 100**
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1	1981-82	17 7	7 9	10.2	9 3
2	1985-86	4 1	9 7	8 5	8 7
3	1990-91	4 5	9 0	7 8	8 2
4	1994-95	9 8	9 1	8 5	9 1
5	1995-96	9 7	14 1	8 1	13 0
6	1996-97	(–)1 9	7 3	4.0	6 1
7	1997-98	6 9	6 7	6 6	6 7
8	1998-99	(–) 0 8	4 4	6 5	4 1
9.	2000-2001	3.7	5 3	4 0	5 0

स्रोत – आर्थिक समीक्षा के विभिन्न अक (भार 1994-95 तक खनन 10 4 विनिर्माण 79 4, विद्युत 10 2, सामान्य 100 तथा उसके बाद के वषो मे क्रमश 11 5 , 77 1, 11 4, 100 0)

तालिका 2 3 से स्पष्ट है कि औद्योगिक उत्पादन की वृद्धि का आकलन उद्योग समूहो की वार्षिक वृद्धि दर से ज्ञात किया जा सकता है। तालिका 2 3 मे विभिन्न समूहो की वार्षिक वृद्धि दर प्रतिशत की गयी है। तालिका से प्रदर्शित आकडो से स्पष्ट है कि औद्योगिक उत्पादन ने वर्ष 1997–98 मे 6 7 प्रतिशत की उच्च वृद्धि दर्ज की जबकि वर्ष 1996–97 मे यह 6 1 प्रतिशत थी। वर्ष 1997–98 मे सुधार का कारण खनन और विद्युत उत्पादन का बेहतर कार्य निष्पादन था। जिसने वर्ष 1996–97 मे क्रमश 1 9 प्रतिशत और 4 प्रतिशत की तुलना मे 6 0 प्रतिशत और 6 6 प्रतिशत की उच्च वृद्धि दर्ज की। खनन की उच्च वृद्धि मे कच्चे तेल के निष्पादन मे सुधार और पनबिजली के उन्नत कार्य निष्पादन के कारण विद्युत उत्पादन मे सुधार होना था। वर्ष 1997–98 मे 6 7 प्रतिशत पर विर्निमाण की वृद्धि लगभग पिछले वर्ष के स्तर पर ही बनी रही, वर्ष 1998–99 मे सामान्य उत्पादन वृद्धि घटकर 4 1 प्रतिशत हो गयी। जिसका प्रमुख कारण खनन क्षेत्र के उत्पादन मे भारी गिरावट 0 8 प्रतिशत रही। जो पिछले वर्ष 1997–98 की वृद्धि 6 9 प्रतिशत की तुलना काफी कम है। विनिर्माण क्षेत्र मे 1998–99 मे वृद्धि 4 4 प्रतिशत जो पिछले वर्ष 1997–98 की वृद्धि 6 7 प्रतिशत से कम रही। वर्ष 1998–99 मे विद्युत क्षेत्र का उत्पादन 6.5 प्रतिशत लगभग पिछले वर्ष के समान रहा। वर्ष 2000-01 मे सामान्य औद्योगिक उत्पादन मे वर्ष 1998–99 की अपेक्षा कुछ सुधार हुआ और वृद्धि दर 5 0 प्रतिशत हो गयी जिसमे खनन क्षेत्र मे वृद्धि का महत्वपूर्ण योगदान था क्योकि इस क्षेत्र मे वर्ष 1998–99 की 0.8 वृद्धि दर की तुलना मे 3 7 प्रतिशत वृद्धि दर्ज की गयी।

तालिका **2.4** औद्योगिक उत्पादन के सूचकाक

क्रम सख्या	उद्योग	भार		आधार वर्ष, 1980-81=100			आधार वर्ष 1993-94 = 100						
		1980-81	**1993-94**	**1980-81**	**1985-86**	**1990-91**	**1994-95**	**1995-96**	**1996-97**	**1997-98**	**1998-99**	**1999-2000**	**2000-2001**
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**
1	खनन एव उत्खनन	11 46	10 47	117 7	167 5	221 2	109 8	120 5	118 2	126 4	125 4	126 7	131 4
2	विनिर्माण	77 11	79 36	107 9	136 9	207 8	109 1	124 5	133 6	142 5	148 8	159 4	167 9
3	विद्युत	11 43	10 17	110 2	152 4	236 8	108 5	117 3	122 0	130 0	138 4	148 5	154 4
4	सामान्य	100 00	100 00	109 3	142 1	212 6	109 1	123 3	130 8	139 10	145 2	154 9	162 7

स्रोत - आर्थिक समीक्षा 2001-2002

तालिका 2 4 से स्पष्ट है कि खनन, विर्निमाण, विद्युत और सामान्य उत्पादन का सूचकाक तीव्र गति से बढा है। औद्योगिक उत्पादन की सामान्य सूचकाक आधार वर्ष 1980–81 के अनुसार 109 3 से बढकर वर्ष 1990–91 मे 212 6 हो गया, इसी प्रकार आधार वर्ष 1993–94 के अनुसार औद्योगिक उत्पादन का सामान्य सूचकाक वर्ष 1994–95 मे 109 1 की तुलना मे बढकर 1998–99 मे 145 2 हो गया जो अत्यधिक वृद्धि को प्रदर्शित करता है। खनन उद्योग मे 1994–95 को 107 8 से बढकर 1998–99 मे 125 4 हो गया, इसी प्रकार विर्निमाण तथा विद्युत मे क्रमश वर्ष 1994–95 मे 109 1, 108 5 से बढकर 1998–99 मे 148 8, 138 4 हो गयी जो तीव्र प्रगति को दर्शाती है। इसी प्रकार वर्ष 2000-01 मे खनन एव उत्खनन 1999-00 के उत्पादन 126 7 प्रतिशत की तुलना मे बढकर 131 4 प्रतिशत हो गया । विनिर्माण मे भी वृद्धि हुई । वर्ष 2000-01 मे बढकर 1999-2000 के उत्पादन 159 4 प्रतिशत की तुलना मे 167 9 प्रतिशत हो गया । विद्युत का उत्पादन सूचकाक 148 5 प्रतिशत से बढकर वर्ष 2000-01 मे 154 4 हो गया । इसी क्रम मे सामान्य उत्पादन सूचकाक वर्ष 1999-2000 के 154 9 की तुलना मे वर्ष 2000-01 मे बढकर 162 7 हो गया ।

तालिका 2 5 - औद्योगिक उत्पादन

क्रमाक	उद्योग	1950-51	1970-71	1998-99	1999-00	2000-01
1	2	3	4	5	6	7
1	कोयला (मि०टन)	32 8	76 3	315 7	322 1	332 6
2	कच्चा लोहा (मि०टन)	3 0	32.5	70 7	--	--
3	इस्पात (मि०टन)	1 0	4 5	23 8	27 2	29 3
4	नत्र जनित उवर्रक (लाख टन)	0 1	8 3	106 75	109 12	110 25
5	कागज (लाख टन)	1 2	7 5	31 17	34 59	38 9
6	सीमेन्ट (मि०टन)	2 7	14 3	88 0	100 4	99 5
7	पेट्रोलियम उत्पादन (मि०टन)	0 2	17 1	32 7	31 9	32 4
8	जूट उत्पादन (लाख टन)	8 4	10 6	15 8	15 9	NA
9	वस्त्र (करोड मी०)	421 5	777 2	1794 9	1898 9	1971 8
10	चीनी (लाखटन)	11 3	37 4	155 2	--	--
11	विद्यृत उत्पादन (वि०कि०)	5 3	55 8	448.4	480 7	499.4

स्रोत - आर्थिक समीक्षा 2001-2002

औद्योगिक विकास की समीक्षा के लिए देश मे हुई औद्योगिक प्रगति का स्पष्टीकरण विभिन्न उद्योगो के वार्षिक भौतिक उत्पादन मे होने वाली वृद्धि रही है।

तालिका 2 5 से स्पष्ट है कि कुछ औद्योगिक वस्तु का उत्पादन सन् 1950–51 की तुलना मे वर्ष 1998–99 तक कई गुना की वृद्धि हुई है। विभिन्न औद्योगिक उत्पाद जैसे –कोयला, लोहा, सीमेन्ट, वस्त्र कागज, पेट्रोलियम आदि के उत्पादन मे महत्वपूर्ण सफलता प्राप्त हुई है। विद्युत उत्पादन वर्ष 1950–51 मे 5 3 विलियन कि०वा० से बढकर वर्ष 1998–99 मे 448 6 विलियन किलोवाट था। वर्ष 2000-01 तक बढकर 499 4 विलयन किलोवाट हो गया है ।

औद्योगिक उत्पादन सूचकाक के निर्माण मे विभिन्न उद्योगो को भार प्रदान किया जाता है। व्यापक रुप मे भार सम्बन्धित उद्योगो के महत्व को प्रदर्शित करता है। इस प्रकार सूचकाक के भार मे होने वाला परिवर्तन उद्योग के महत्व मे हुए सापेक्षिक परिवर्तन को व्यक्त करता है।

तालिका 2.6 उपयोग अधारित वर्गीकरण के आधार पर उत्पादन की वृद्धि दर

1993-94=100 (प्रतिशत दर)

क्रमाक	क्षेत्र	1956	1976	1980	1993	1994-95	1999-00	2000-01
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
1	आधारिक उद्योग	22 1	36 1	39 4	35 5	9 6	5 5	3 9
2	पूँजी वस्तु उद्योग	4 7	16 8	16 4	9 3	9 2	6 9	1.8
3	माध्यमिक वस्तु उद्योग	24 6	19 3	20 5	26 5	5 3	8 8	4 7
4	उपभोगिता वस्तु उद्योग	48 6	27 8	23 7	28 7	12 1	5 7	8.0
5	सामान्य सूचकाक	100 00	100 00	100 00	100 00	100 00	100 00	100 00

स्रोत - आर्थिक समीक्षा - 2001-2002, पृष्ठ 165

तालिका 2 6 से स्पष्ट है कि सन् 1956 के बाद औद्योगिक एव पूॅजीगत उद्योगो के महत्व मे काफी वृद्धि हुई परन्तु 1993 मे कुछ कमी हुई है। तथा माध्यमिक एव उपभोक्ता वस्तु उद्योगो के महत्व 1956 के बाद काफी कमी हुई और सन् 1980 के बाद इसका महत्व बढा है। जैसा कि 1993 के भार से स्पष्ट होता है। इस प्रकार औद्योगिक ढॉचे मे होने वाला परिवर्तन स्पष्ट होता है। नई औद्योगिक नीति 1991 लागू होने के पश्चात् वर्ष 94–95 से आधारिक उद्योग मे निरन्तर कमी हो रही है। जिसकी वृद्धि दर 94–95 मे 9 6 प्रतिशत से घटकर वर्ष 2000–01 मे 3 9 प्रतिशत हो गयी यही क्रम सम्पूर्ण उद्योग क्षेत्र मे बना है।

औद्योगिक विकास की वर्तमान स्थिति

सरकार द्वारा औद्योगिक विकास सवृद्धि के प्रोत्साहन हेतू औद्योगिक उदारीकरण की नीति अपनायी गयी। जिसके परिणामस्वरुप औद्योगिक विकास को बल मिला। औद्योगिक विकास मे और तीव्रता लाने के लिए सरकार ने औद्योगिक सुधारो को जारी रखा। जिसके तहत 1997–98 से कोयला और लिगनाइट, पेट्रोलियम (अशोधित तेल के अतिरिक्त) और इसके शोधित उत्पाद, औषधियो तथा चीनी को लाइसेस मुक्त कर दिया गया।[16]

औद्योगिक उत्पादन के सूचकाक सबधी त्वरित अनुमानो के अनुसार 2000–01 मे औद्योगिक उत्पादन की समग्र दर 5 प्रतिशत रही जबकि 1999–2000 मे यह 6-7 प्रतिशत रही थी। वर्ष 2000–01 के दौरान खनन, विनिर्माण और बिजली क्षेत्रो की विकास दर क्रमश 3 6 प्रतिशत, 5 3 प्रतिशत और 4 प्रतिशत रही। उपभोक्ता सामग्री क्षेत्र समग्र विकास दर 1999–2000 के 5 7 प्रतिशत के स्तर से बढकर 8 प्रतिशत हो गई। गैर टिकाऊ उपभोक्ता समान की क्षेत्र मे 2001–02 के दौरान विकास दर 6 1

---

16 इण्डिया 2000, पृष्ठ 523

प्रतिशत रही, जबकि 1999–2000 मे यह 3 2 प्रतिशत रही थी। टिकाऊ उपभोक्ता वस्तुओ की विकास दर 13 9 प्रतिशत रही वर्ष 2000–01 के दौरान मध्यवर्ती वस्तुओ, पूँजीगत साथ समान और बुनियादी समान की विकास दर क्रमश 4 6 प्रतिशत, 1 7 प्रतिशत और 3 8 प्रतिशत रही।

विनिर्माण क्षेत्र मे 14 श्रेणियो मे विकास दर धनात्मक रही, इनमे से दो समूहो की विकास दर तो दो अको मे पहुँच गई। ये समूह है खाद्य उत्पाद (10 7 प्रतिशत) चमडा और फर वाले उत्पाद (10 6 प्रतिशत) रबड प्लास्टिक, पेट्रोलियम और कोयला उत्पाद (10 7 प्रतिशत) और मशीनरी और उपकरणो को छोड कर अन्य धात्विक उत्पाद और हिस्से पुर्जे (15 2 प्रतिशत) फोन औद्योगिक समूहो कागज और कागज उत्पाद, मुद्रण, प्रकाशन और सवृद्ध उद्योग, गैर धात्विक खनिज उत्पाद और परिवहन उपकरण और हिस्से–पूर्जो के क्षेत्र मे ऋणात्मक विकास दर्ज की गई।

विकास वर्ष 2000–01 के दौरान कुल औद्योगिक विकास दर पाच प्रतिशत रही लेकिन बुनियादी क्षेत्र के महत्वपूर्ण उद्योगो ने औसत 5 3 प्रतिशत की विकास दर हासिल की गयी ।

तालिका 2 7 - औद्योगिक विकास दर

(प्रतिशत मे)

क्रमाक	उद्योग	वृद्धि	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
1	बिजली	10 1690	3 8	6 6	6 6	7 2	4 0
2	कोयला	3 2216	5 7	3 6	(–)2 0	3 1	3 3
3	इस्पात	5 1278	5 8	6 3	1 3	14 9	7 0
4	कच्चा पेट्रोलियम	4 1721	(–)4 7	2 9	(–)3 4	(–)2 4	1 6
5	पेट्रोलियम रिफाइनरी उत्पादन	2 0021	7 0	3 7	5 2	25 4	20 3
6	सीमेन्ट	1 9891	9 6	9 1	5 7	14 3	(–)0 5
	योग	**26.6817**	**3 7**	**5 7**	**2.8**	**9.1**	**5.3**

स्रोत – भारत अक – २००२, पृष्ठ, ५६१

औद्योगिक विकास की अपर्याप्तता

यह निर्विवाद सत्य है कि देश नियोजन काल के विगत 50 वर्षो के औद्योगिकरण के सभी क्षेत्रो मे अत्यधिक प्रगति की है। औद्योगिक विकास के अर्थव्यवस्था मे विविधीकरण, आधुनिकीकरण तथा आत्मनिर्भरता की प्राप्ति मे काफी सहायता मिली है। औद्योगिक विकास से उच्च तकनीकी गुणवत्ता युग उत्पाद से राष्ट्र ने विश्व स्तरीय बाजार मे अपनी पहचान बना ली है। परन्तु औद्योगिक विकास मे अभी भी विविध प्रकार की अपर्यप्ताए विद्यमान है। जैसे–औद्योगिक प्रक्रिया का क्षेत्रीय सकेन्द्रण, श्रम बाहुल्य तकनीक की अपेक्षा पूॅजी बाहुल्य तकनीक का अधिक प्रयोग, आर्थिक शक्ति के सकेन्द्रण मे वृद्धि, औद्योगिक इकाई मे उपलब्ध क्षमता का पूर्ण उपयोग न होना, सार्वजनिक क्षेत्र के उद्योगो के कार्य निष्पादन मे गिरावट, निर्धारित लक्ष्यो एव उपलब्धि के मध्य अधिक अन्तर तथा निरन्तर बढती औद्योगिक रुग्णता आदि जो देश मे एक नयी समस्या के उद्‌गम का कारण बन रही है। अत वर्तमान वैज्ञानिक एव तकनीकी प्रगति के युग मे इन अपर्याप्तताओ के समाधान के लिए उचित प्रयास किया जाना चाहिए।

तृतीय अध्याय

अध्याय-3

असंगठित क्षेत्र : परिकल्पना एवं विस्तार

देश मे उद्योग का प्रारम्भ स्व–रोजगार के रुप मे निजी स्वामित्व के अन्तर्गत असगठित क्षेत्र मे लघु एव कुटीर उद्योग, ग्रामोद्योग से हुआ। असगठित क्षेत्र के परम्परागत उद्योगो द्वारा उत्पादित वस्तुओ का न केवल भारतीय बाजार मे अपितु विश्व बाजार मे भी वर्चस्व था। सन् 1916–18 के प्रथम औद्योगिक आयोग ने अपनी रिपोर्ट मे स्पष्ट किया है। कि भारत का ब्रिटिश शासन के पूर्व औद्योगिक ढॉचा अत्यन्त विकेन्द्रित और सुदृढ था।[1] 19 वी शताब्दी की औद्योगिक क्षेत्र मे क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए। सगठित क्षेत्र द्वारा अर्थव्यवस्था के सभी क्षेत्रा मे अधिपत्य स्थापित करने एव अत्यन्त जटिल प्रतिस्पर्धा के बावजूद असगठित क्षेत्र की विद्यमानता वर्तमान समय मे भी शहरी एव ग्रामीण स्थिति के अनुसार किसी न किसी रूप मे परिलक्षित होती है। ''असगठित क्षेत्र गरीबी, बेरोजगारी और आय की असमानता जैसी समस्याओ से ग्रस्त है। सगठित क्षेत्र की व्यापकता पर ध्यान सकेन्द्रण के परिणामस्वरुप असगठित क्षेत्र क्रमश पिछडता चला गया, लेकिन गत वर्षो मे असगठित क्षेत्र के महत्व को ध्यान मे रखते हुए सरकार द्वारा प्रारम्भ किये गये विभिन्न कार्यक्रम स्थिति को बेहतर बनाने मे सहायक सिद्ध हो रहे है। समस्या का वास्तविक निदान विज्ञान और प्रौद्योगिकी को ग्रामोन्मुखी बनाकर असगठित क्षेत्र के श्रमिको को ग्रामीण क्षेत्र मे ही रोजगार प्रदान किया जा सकता है।[2]

असंगठित क्षेत्र की परिकल्पना

असगठित क्षेत्र वाक्याश का प्रयोग सामान्यत सगठित क्षेत्र की परिकल्पना के

---

1. **डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था ''नियोजन एव विकास'' पृष्ठ-358**
2. **खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रमोद्योग आयोग बम्बई, भारत मे असगठित क्षेत्र पृष्ठ-3**

विपरीत अर्थो मे किया जाता है। साधारणत अनौपचारिक आय उद्गम स्रोतो को असगठित क्षेत्र माना जाता है। लगभग समस्त उत्पादक क्रियाओ यथा कृषि, निर्माण, विनिर्माण, खनन, परिवहन और सेवाओ का एक अश असगठित क्षेत्र मे पाया जाता है। निर्विवाद प्रत्येक आर्थिक क्रिया मे उनका प्रतिशत भिन्न होता है। उत्पादन पद्धति, उत्पादन सरचना और सगठन की क्रियाशीलता को दृष्टि मे रखते हुए यह कहा जाता है। कि असगठित क्षेत्र से आशय विभिन्न वस्तुओ और सेवाओ की उन उत्पादक क्रियाओ से है जो साधारणत निजी स्तर पर कम पूँजी से छोटे पैमाने पर अनियन्त्रित उत्पादन सरचना के आधार पर की जाती है। उत्पादन क्रियाओ मे सलग्न परिवार ही व्यवसायगत प्रतिफल के स्वामी होते है। स्वरोजगार की क्रियाशीलता के अतिरिक्त असगठित क्षेत्र मे आकस्मिक और मौसमी कार्य अवसरो जिनमे रोजगार तथा आय अवसरो की निरतरता वाछित स्तर तक सुरक्षा नही पाती है कि प्रधानता रहती है।[3] कृषि, बागान, दस्तकारी, घरेलू उद्योग, खनन, साबुन एव डिटजेन्ट उद्योग और पारम्परिक परिवहन आदि की क्रियाओ मे आकस्मिक और मौसमी कार्य अवसरो की विद्यमानता रहती है। इस प्रकार की क्रियाये असगठित क्षेत्र की प्रमुख अग होती है। इनमे सलग्न श्रम शक्ति का बहुत बडा भाग असगठित श्रम के रुप मे होता है। असगठित क्षेत्र अपनी कतिपय विशिष्टताओ के कारण सगठित क्षेत्र से भिन्न हो जाता है।[4]

असगठित क्षेत्र की विशिष्टताए

1 असगठित क्षेत्र मे उत्पादन अनुमाप स्तर अपेक्षाकृत छोटा होता है। और सगठित मौद्रिक साख सस्थाओ से सारी आपूर्ति कम होती है। परिणामत असगठित

---

3 सूचना एव प्रसारण मंत्रालय भारत सरकार योजना आयोग पृष्ठ-498

4 खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत मे असगठित क्षेत्र पृष्ठ-5

क्षेत्र मे उत्पादन का आकार छोटा होना, आय का निम्न स्तर और प्रति इकाई उत्पादन स्तर कम होना स्वाभाविक है। उत्पादन उपक्रम को बढाने के लिए यहॉ उत्पादक को मुख्य रुप से आन्तरिक अतिरेको के सृजन पर निर्भर रहना पडता है। यहॉ उत्पादन प्रक्रिया मे निहित जोखिम से बचने और उत्पादन प्रसार हेतु कोई विशिष्ट सुविधा नही दी जाती है। इनके समन्वित परिणाम के फलस्वरुप आय स्तर नीचा रहता है, और पूॅजी निर्माण की प्रक्रिया बाधित होती है।

2 असगठित क्षेत्र की उत्पादन तकनीक मुख्यत श्रम प्रधान और पारम्परिक प्रकृति की होती है। यह दृष्टव्य है कि देश मे घरेलू उद्योग कृषि, बागान, दस्तकारी, साबुन एव डिटर्जेट आदि जो असगठित क्षेत्र के प्रमुख सघटक है यहॉ श्रम प्रधान तकनीक का ही वर्चस्व है। इसके प्रतिकूल सगठित क्षेत्र मे उत्पादन अनुमाप बडा होता है। और पूॅजी प्रधान प्रौद्योगिकी का बाहुल्य होता है। मौद्रिक सस्थाये, राजकीय नीति, विदेशी सहयोग, कतिपय प्रतिष्ठानो की स्वाभाविक कार्य पद्धति सगठित क्षेत्र की पूॅजी प्रधान प्रौद्योगिकी को बढावा देती है।

3 असगठित क्षेत्र मे कीमत निर्धारण रचना तन्त्र बाजार की अनौपचारिक दशाओ से पर्याप्त सीमा तक अप्रभावित रहता है। यहॉ कीमत निर्धारण लेन–देन की प्रक्रिया मे सम्मिलित व्यक्तियो के पारस्परिक वार्तालाप और स्थानीय सस्थाओ से प्रभावित होता है। यहॉ उत्पादक और उपभोक्ता का अति निकट का सीधा सम्बन्ध होता है और विपणन की दशाए भी स्थानीय और असगठित होती है। इसके पृथक निजी क्षेत्र के सगठित उद्यम बहुधा अल्पाधिकारीय प्रकृति के होते है। फलत उससे दुरभि सधि पूर्ण व्यवहार क्रियाशील होता है और यह कीमत निर्धारण के महत्वपूर्ण अश को तो प्रभावित करता ही है साथ ही साथ सगठित क्षेत्र मे कीमत निर्धारण के महत्वपूर्ण अश को भी प्रभावित करता है। सगठित क्षेत्र मे कीमत निर्धारण बाजार तक उत्पादन पहॅुचने के पूर्व

ही कर लिया जाता है। यहॉ कीमत की घोषणा और वस्तु की उपादेयता का प्रचार वस्तु के बाजार मे पहुँचने से पूर्व ही बिक्री व्ययो के माध्यम से कर दिया जाता है। असगठित क्षेत्र मे कीमत निर्धारण बहुधा उत्पादन के बाद विशेष कर लेन–देन की प्रक्रिया द्वारा होता है। और कीमत स्तर का निर्णय क्रेताओ–विक्रेताओ के पारस्परिक सौदा करने की शक्ति की सापेक्षिक सघनता से प्रभावित होता है।

4 असगठित क्षेत्र के उत्पादन कार्य मे फर्मो या व्यक्तियो के प्रवेश के प्रति बाधक शक्तियो की क्रियाशीलता अत्यन्त कम होती है। सगठित क्षेत्र मे अपेक्षित व्यवसायगत निपुणता एव योग्यता प्राथमिक निवेश, पैमाने की मितव्ययिता व्यापार चिन्हो का पजीयन, विकसित प्रौद्योगिकी आदि नवीन फर्मो के व्यवसाय मे प्रविष्ट होने मे बाधा उत्पन्न करती है जबकि असगठित क्षेत्र मे प्रौद्योगिकी गत अवरोधो की क्रियाशीलता कम होती है। पूँजीगत अपेक्षाए कम होती है। किसी विशिष्ट प्रशिक्षण की आवश्यकता कम होती है। उत्पादक सस्थाओ का राजकीय पजीयन अनिवार्यत अपेक्षित नही होता है। इस आधार पर स्वाभाविक रुप से यह अनुमान लगाया जा सकता है। कि जहॉ इस क्षेत्र मे प्रवेश की सुगमता होती है। वही नीति कार्यक्षमता के कारण आय भी कम होती है। इस कारण सामान्यत असगठित क्षेत्र को गरीब व सीमान्त क्षेत्र माना जाता है। व्यवहार्यत यह देखने को मिलता है। कि दस्तकारी, हस्तशिल्प एव अन्य सामान्य दैनिक उपभोग की वस्तु के उत्पादन और विपणन मे कोई भी सम्मिलित हो सकता है। स्वरोजगार हेतु व्यवसाय का चयन किया जा सकता है। परन्तु इससे प्राप्त प्रतिफल बहुतायत सदर्भो मे कम होता है।

5 असगठित क्षेत्र मे उत्पादन उपादानो और सम्पत्ति का स्वामित्व छोटे–छोटे व्यापक भौगोलिक क्षेत्र मे विखरे उद्यमियो के पास होता है। इनमे से कुछ के पास तो मात्र उनका शारीरिक श्रम और परम्परागत जानकारी ही एक मात्र उत्पादक सम्पत्ति

होती है। इनका उत्पादन एक ओर स्वय की आवश्यकताओ के लिए होता है। और दूसरी ओर यह अर्थव्यवस्था की उत्पादन सरचना मे अवरोही क्रम से सीमान्त स्तर का होता है। अथवा सगठित क्षेत्र को श्रम, कच्चे पदार्थ, माध्यमिक पदार्थ, और आवश्यक सेवाओ की आपूर्ति असगठित क्षेत्र से की जाती है। इसके अतिरिक्त असगठित क्षेत्र किसी अर्थव्यवस्था के सगठित क्षेत्र के उत्पादन की खपत का प्रभावी आधार भी होता है। सगठित क्षेत्र से उद्यम का आधार और उत्पादन स्तर बडा होने के कारण सयत्र की स्थापना करने मे विभिन्न वैधानिक कार्यवाहियॉ पूरी करनी पडती है। जबकि असगठित क्षेत्र मे इस प्रकार के अनेक कार्य स्वाभाविक प्रक्रिया से जारी रहते है जिनके लिए किसी वैधानिक अनुमोदन की पूर्वापेक्षा नही करनी पडती है।[5]

असगठित क्षेत्र के सघटक

सामान्यत असगठित क्षेत्र मे उद्योग स्वरोजगार निर्मित करने हेतु निजी स्वामी के द्वारा पूँजी निवेश के माध्यम से प्रारम्भ किया जाता है। परम्परागत रुप से शहरी एव ग्रामीण क्षेत्रो मे विस्थापित छोटी–छोटी औद्योगिक इकाइया जो कृषि, खनन, विनिर्माण, साबुन उद्योग आदि मे सलग्न है । असगठित क्षेत्र के सघटक रुप मे कार्यरत है।

लघु औद्योगिक प्रतिष्ठान .

कोई भी वह औद्योगिक प्रतिष्ठान की लघु औद्योगिक प्रतिष्ठान की श्रेणी मे सम्मिलित किया जा सकता है। जिसमे उद्यमी द्वारा स्व–पूॅजी निवेश हो, वित्तीय सस्थाओ द्वारा वित्त पोषित प्रतिष्ठान के प्लाट एव मशीनरी मे पूॅजी निवेश की सीमा तीन करोड रुपये थी जिसे सरकार द्वारा 29 अप्रैल, 1988 को घटाकर एक करोड रुपये कर दिया गया। लघु औद्योगिक प्रतिष्ठानो मे पूँजी निवेश की सीमा को सरकार

---

5 **खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत मे असगठित क्षेत्र पृष्ठ-5**

लद्वारा समय–समय पर परिवर्तित किया जाता रहा है।[6]

पूँजी निवेश की सीमा मे विभिन्न अवधियो मे हुए परिवर्तन ·

वर्ष	निवेश की सीमा	अतिरिक्त शर्ते
1950	स्थिर सम्पत्तियो मे 5 लाख रुपये तक	बिजली सहित/रहित
1960	सयत्र और मशीनरी मे 5 लाख रुपये तक	50/100 से कम व्यक्ति
1966	सयत्र और मशीनरी मे 7 5 लाख रुपये तक	कोई शर्त नही
1975	सयत्र और मशीनरी मे 10 लाख रुपये तक	कोई शर्त नही
1980	सयत्र और मशीनरी मे 20 लाख रुपये तक	कोई शर्त नही
1985	सयत्र और मशीनरी मे 35 लाख रुपये तक	कोई शर्त नही
1991	सयत्र और मशीनरी मे 60 लाख रुपये तक	कोई शर्त नही
1997	सयत्र और मशीनरी मे 3 करोड रुपये तक	कोई शर्त नही
1998 (29 अप्रैल)	सयत्र और मशीनरी मे 1 करोड रुपये तक	कोई शर्त नही

स्रोत भारत सरकार उद्योग मत्रालय, लघु, कृषि एव ग्रामीण उद्योग विपणन द्वारा लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ–15, सन् 1999।

आनुषॉगिक औद्योगिक प्रतिष्ठान ·

ऐसे औद्योगिक प्रतिष्ठान जो पुर्जो घटको उप–समन्वायेाजन, औजारो अथवा मध्यवर्तियो का उत्पादन अथवा विनिर्माण कार्य करता हो तथा जो एक या अधिक औद्योगिक प्रतिष्ठानो को अपने उत्पाद या सेवा का 50 प्रतिशत से अधिक की आपूर्ति करता हो, स्थायी सम्पत्तियो मे चाहे वो स्वामित्व अथवा पट्टे या किराये पर हो। सयत्र

---

6 **भारत सरकार, उद्योग मत्रालय लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-14**

एव मशीनरी मे निवेश की सीमा 3 करोड रुपये थी जिसे 29 अप्रैल, 1988 को घटाकर 1 करोड रुपये कर दिया गया।

अति लघु प्रतिष्ठान ·

ऐसे प्रतिष्ठान जो कि उद्योग से सम्बन्धित सेवा अथवा व्यवसाय मे कार्यरत हो तथा जिनमे पूँजी विनियोजन 25 लाख रुपये तक हो ऐसे औद्योगिक प्रतिष्ठानो को अति लघु प्रतिष्ठान की श्रेणी मे सम्मिलित किया जाता है।

लघु उद्योग सेवा एवं व्यापार प्रतिष्ठान

लघु उद्योग सेवा एव व्यापार प्रतिष्ठान जिनका अचल सम्पत्तियो मे निवेश भूमि और भवन को छोडकर 5 लाख तक ही लघु उद्योग सेवा एव व्यापार प्रतिष्ठान कहलाते है।[7]

कुटीर उद्योग .

सामान्यत कुटीर उद्योग को पारिवारिक उद्योग माना जाता है। इस उद्योग मे मुख्यत व्यक्तिगत आधार पर निजी साधनो एव परिवार के सदस्यो की सहायता से पूर्ण कालिक अथवा अशकालिक व्यवसाय के रुप मे चलाए जाते है। कुटीर उद्योग अल्प पूँजी निवेश के द्वारा ग्रामीण एव शहरी क्षेत्रो मे चलाये जाते है। इन उद्योगो मे स्थानीय कच्चे माल एव उत्पाद को स्थानीय बाजारो मे विक्रय करते है।

ग्रामोद्योग .

ग्रामोद्योग से तात्पर्य ऐसे उद्योगो से है। जिनमे पूँजी विनियोग की मात्रा 50 हजार रुपये तक तथा जो नगर निगम या नगर पचायत क्षेत्र से बाहर ग्रामीण क्षेत्र मे जहॉ की आबादी बीस हजार से अधिक न हो। स्थापित हो और जिसके कार्य सचालन

7 **भारत सरकार, उद्योग मत्रालय लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-15**

मे विद्युत शक्ति का प्रयोग किया जाता हो या न किया जाता हो। ग्रामोद्योग के रुप मे खनिज आधारित उद्योग कुटीर, साबुन एव डिटजेन्ट उद्योग, इजीनियरिंग एव परम्परागत ऊर्जा, वस्त्र उद्योग, सेवा उद्योग आदि सचालित किये जाते है। उत्तर प्रदेश खादी तथा ग्रामोद्योग बोर्ड द्वारा ग्रामोद्योग को प्रोत्साहन हेतु विविध प्रकार की योजनाए क्रियान्वित की जा रही है। जैसे–बैक कन्सोर्शियम योजना, राज्य सरकार की ब्याज उपादान योजना, खादी और ग्रामोद्योग आयोग की मार्जिन राशि योजना, विशेष रोजगार योजना आदि उद्यमियो को उनके द्वारा प्रस्तुत प्रोजेक्ट के आधार पर इन योजनाओ के तहत आर्थिक सहायता प्रदान की जाती है।[8]

असगठित क्षेत्र का योगदान

भारतीय अर्थव्यवथा मे ब्रिटिश शासन के पूर्व असगठित क्षेत्र के उद्योग तथा इनके उत्पाद का विश्व बाजार मे आधिपत्य स्थापित था। अग्रेज शासको द्वारा उद्योग के प्रति दुर्व्यवहार पूर्ण नीति अपनाने के फलस्वरुप असगठित क्षेत्र के उद्योग मरणासन्न स्थिति मे पहुँच गये। स्वतन्त्रता के पश्चात् राष्ट्रीय सरकार ने औद्योगिक विकास के मार्ग को प्रशस्त कर इस क्षेत्र के उद्योगो को पुर्नजीवन प्रदान किया। सरकार द्वारा यह परिकल्पना व्यक्त की गयी कि देश के आर्थिक विकास मे असगठित क्षेत्र के उद्योग जितनी सहायता कर सकते है। उतनी सहायता सगठित क्षेत्र के उद्योग नही कर सकते है। देश मे अधिसख्य मात्रा मे लोग बेरोजगारी या अर्द्ध बेरोजगारी से ग्रस्त है। अत एव देश मे ऐसे उद्योग स्थापित करने की आवश्यकता है। जो बेकारो और अर्द्धबेकारो को रोजगार की सुविधाए प्रदान कर सके तथा जिनके लिए अधिक पूँजी की आवश्यकता न हो। सरकार द्वारा उद्यमिता विकास मे नागरिको को सहभागिता बढाने एव पूँजीवाद तथा एकाधिकारवाद प्रभाव को सीमित करने के लिए इस समाजवादी

---

8 **खादी एव ग्रामोद्योग बोर्ड, उ०प्र० सरकार द्वारा प्रकाशित विज्ञापन पत्र**

कल्याण मूलक कार्यक्रम को विशेष सम्बल प्रदान किया गया।

देश के आर्थिक विकास मे असगठित क्षेत्र के उद्योग की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इसका कारण यह है कि इस क्षेत्र मे व्यापक स्तर पर रोजगार प्रदान करने की क्षमता है। देश की कुल कार्यशील जनसख्या का अधिकाश भाग इस क्षेत्र मे सलग्न है। राष्ट्रीय उत्पादन का लगभग तीन चौथायी उत्पादन असगठित क्षेत्र के उद्योग द्वारा किया जाता है। असगठित क्षेत्र मे कार्यरत श्रमिक असगठित श्रमिक कहलाते है। असगठित क्षेत्र की व्यापकता और उसके उद्गम का मूल स्रोत ग्रामीण क्षेत्र है। औपचारिक रुप से कृषि और गैर कृषि क्षेत्र की उन सभी इकाइयो को सगठित क्षेत्र की इकाइया माना जाता है। जिसमे कार्य करने वालो की सख्या 10 या उससे अधिक हो जिनमे नियुक्ति सीधे या किसी अधिकरण द्वारा की जाती है।[9] इसके पृथक अन्य उत्पादक इकाइयो को असगठित क्षेत्र माना जाता है।

भारतीय अर्थव्यवस्था के नियोजन काल मे सार्वजनिक और निजी क्षेत्र के सगठित उद्योगो की महत्वपूर्ण प्रगति हुई है। सगठित क्षेत्र मे बडे पैमाने के उद्योगो का विकास इस स्तर तक हुआ कि उसके सामने पिछली एक शताब्दी का औद्योगिक विकास फीका पड गया ।[10] योजना काल मे भारत मे कतिपय महत्वपूर्ण उपलब्धियो आर्थिक पटल पर अकित हुई किन्तु भारत के आर्थिक विकास मे तीव्रीकरण, क्षेत्रीय सतुलन, आर्थिक विकेन्द्रीकरण, दीर्घावधि पूँजी पर सामाजिक नियन्त्रण, विकास कार्यक्रमो हेतु उत्तम एव पर्याप्त वित्त प्रबन्ध, रोजगार अवसरो के निर्माण मे योगदान, आयात प्रतिस्थापन निर्यात प्रोत्साहन जैसे महत्वपूर्ण उद्दश्यो की 100 प्रतिशत पूर्ति करने मे सफलता नही प्राप्त कर सका।[11]

---

9 भारत सरकार, सूचना एव प्रसारण मत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत सन् 1983 पृष्ठ-498
10 योजना अक अक्टूबर सन् 1983 पृष्ठ-4
11 खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत मे असगठित क्षेत्र पृष्ठ-5

दीर्घकाल से भारतीय अर्थव्यवस्था के समग्र उत्पादन सरचना मे असगठित क्षेत्र का अत्यन्त महत्वपूर्ण योगदान रहा है। वास्तव मे, भारतीय अर्थव्यवस्था की मौलिक प्रकृति मे ही असगठित क्षेत्र की विद्यमानता और क्रियाशीलता निहित रही है। इस क्षेत्र की क्रियाशीलता सदियो से परीक्षित और सर्वथा अहिसक प्रकृति की रही है। असगठित क्षेत्र का प्रकृति के साथ पूर्ण समायोजन रहा है। यही कारण है कि आदि काल से इस क्षेत्र मे अपनी मौलिक क्रियाशीलता के बाद भी कोई पारिस्थतिक असतुलन नही हुआ। वातावरण मे प्रदूषण का जहर पैदा ही नही हुआ उत्पादन प्रक्रम या सामान्य व्यवहार जन्य प्रदूषक तत्वो का प्रभाव प्रकृति की उपचारात्मक प्रक्रिया द्वारा स्वत निरस्त कर दिया जाता था। कृषि ग्रामोद्योग और जरुरतो का अद्‌भुद समन्वय था आवश्यकता के अनुरुप सभी वर्गो के लिए उत्पादन होता था। आधुनिक युग की एक मौलिक विशेषता केन्द्रित उत्पादन और व्यापक उद्योगीकरण हो रही है। इसे विकास का प्रमुख निर्धारक तत्व मान लिया गया है। इस प्रकृति से विश्व अर्थव्यवस्था मे सरचनात्मक परिवर्तन के साथ भारतीय अर्थव्यवस्था मे भी महत्वपूर्ण सरचनात्मक परिवर्तन हुए। अतर उद्योग व्यापार बढा, उद्योग की सूची मे अधुनातन विज्ञान और प्रौद्योगिकी पोषित नवीन वस्तुओ के उद्योग जुडे, फलत समग्र राष्ट्रीय उत्पाद की सरचना मे परिवर्तन हुआ। तथापि भारतीय अर्थव्यवस्था मे आज भी असगठित क्षेत्र का वर्चस्व बना हुआ है। असगठित क्षेत्र विभिन्न उद्योगो के लिए कच्चे पदार्थ की आपूर्ति का स्रोत एव निर्मित सामानो के लिए मॉग सृजित करता है। शुद्ध घरेलु उत्पाद का लगभग दो तिहाई भाग असगठित क्षेत्र से सृजित होता है।[12]

असगठित क्षेत्र भारतीय अर्थव्यवस्था के एक गतिशील और जीवन्त क्षेत्र के रुप मे उभरा है। देश मे इस क्षेत्र का औद्योगिक उत्पादन मे 40 प्रतिशत और सकल

12 खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत मे असगठित क्षेत्र पृष्ठ-6

निर्यात मे 35 प्रतिशत का योगदान है। असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत लगभग 30 लाख लघु इकाइयो मे करीब 167 लाख व्यक्तियो को रोजगार प्राप्त है। उद्यमी प्रतिभा के विकास के लिए यह क्षेत्र एक 'नर्सरी' के रुप मे कार्य करता है। इस क्षेत्र मे 7500 से अधिक उत्पादो वाली व्यापक श्रेणी की वस्तुओ का निर्माण होता है। और कम आय वर्ग के व्यक्तियो को सस्ती उपभोक्ता वस्तुए और सेवाए प्रदान की जाती है। यह उच्च आय वर्ग की परिष्कृत आवश्यकताओ को भी पूरा करता है। अपने लचीलेपन के कारण यह क्षेत्र चुनौतियो और परिवर्तनो का सामना करने मे सक्षम है।[13]

तालिका 3.1

सगठित और असगठित क्षेत्र का शुद्ध राष्ट्रीय उत्पादन मे अश

वर्ष	सगठित क्षेत्र	असगठित क्षेत्र
1	**4**	**5**
1960-61	25 60	74 40
1964-65	26 97	71 79
1970-71	27 72	72 28
1974-75	28 73	71 27
1975-76	35 66	68 44
1993-94	36 90	63 10
1998-99	39 99	61 00

स्रोत –नेशनल एकाउन्ट स्टेरिस्को, सेन्ट्रल स्टेटिकल ऑरगेनाइजेशन, 2001

तालिका 3.1 से स्पष्ट होता हे कि 1960-61 मे उस वर्ष की कीमतो पर असगठित क्षेत्र के उत्पादन का अश कुल शुद्ध घरेलू उत्पाद का 74 4 प्रतिशत था । जिसमे

---

13 भारत सरकार, उद्योग मत्रालय, लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-3

निरन्तर कमी होती गयी । वर्ष 1970-71 मे 72 28 प्रतिशत तथा यह वर्ष 1998 मे घटकर 61 0 प्रतिशत हो गया । इसके विपरीत सगठित क्षेत्र के योगदान से शुद्ध घरेलू उत्पाद मे वृद्धि हुई । वर्ष 1960-61 मे सगठित क्षेत्र का योगदान 25 60 प्रतिशत था जो वर्ष 1998 मे बढकर 39 99 प्रतिशत हो गया । असगठित क्षेत्र मे निरन्तर कमी का प्रमुख कारण इस क्षेत्र को उपलब्ध शासकीय प्रोत्साहन मे कमी है । इसके बावजूद भी देश की समग्र जनसख्या का बहुत बडा भाग असगठित क्षेत्र मे ही अपनी आजीविका कमाता है ।

तालिका 3.2

सगठित और असगठित क्षेत्र मे रोजगार

क्रमाक	वर्ष	रोजगार	मिलियन मे	कुल	सगठित क्षेत्र (प्रतिशत)
		सगठित क्षेत्र	असगठित क्षेत्र		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1	1973	18 8	217 5	236 3	8
2	1978	21 2	249 5	270 7	7 9
3	1983	24 0	278 7	302 7	7.9
4	1988	25 7	296 3	322.0	8 0
5	1991	26 7	315 2	341 9	7 8
6	1994	27.4	344 6	372 0	7 4
7.	1999	29 2	377 8	407 0	7 17

स्रोत – भारतीय साख्यिकी डायरी वर्ष -2001

तालिका 3 2 से स्पष्ट होता है कि 1972 मे श्रमिको की कुल सख्या का 92 प्रतिशत भाग परम्परागत चले आ रहे असगठित क्षेत्र के उद्योगो मे सलग्न था देश के

विभिन्न आर्थिक व्यवसायो यथा कृषि, खनन, बागान, विनिर्माण , विद्युत, गैस, निर्माण, व्यापार , होटल, रेस्टोरेन्ट, परिवहन एव अन्य सेवायो मे कार्यशील जनसख्या का एक भाग असगठित क्षेत्र के श्रमिक के रूप मे कार्य करता था । श्रमिको का नियोजन लगभग इसी प्रकार बना रहा तथा वर्ष 1999 मे कुल कार्यरत श्रमिको मे 93 प्रतिशत श्रमिक असगठित रूप मे कार्य कर रहे है । और सगठित क्षेत्र मे मात्र 7 17 प्रतिशत श्रमिक कार्यरत है । इसके बावजूद भी श्रमिको की प्राप्तिया कम है । और सकल घरेलू उत्पाद मे इनका योगदान का भाग भी कम है ।

तालिका 3.3

निवल घरेलू उत्पाद मे सगठित एव असगठित क्षेत्र की आय का प्रतिशत

(प्रतिशत मे)

क्रमाक	प्राप्तिया	सगठित क्षेत्र	असगठित क्षेत्र	योग
1	2	3	4	5
1	कर्मिको की प्राप्तिया	59 4	20 0	35 4
2	परिचालन अतिरेक/मिश्रित आय	40 7	79 8	64 6
3	निवल घरेलू उत्पाद	100 0	100 0	100 0

स्रोत –नेशनल एकाउन्ट स्टेरिस्को, सेन्ट्रल स्टेटिकल ऑरगेनाइजेशन, 2001

तालिका 3 3 से स्पष्ट होता है कि असगठित क्षेत्र के श्रमिको का पारिश्रमिक न केवल सगठित क्षेत्र के श्रमिको की तुलना मे कम है अपितु असगठित क्षेत्र के अन्दर ही आया के अन्या साधनो की तुलना मे श्रमिको की प्राप्तिया निम्न स्तरीय है । असगठित क्षेत्र के निवल घरेलू उत्पाद मे असगठित श्रमिको की प्राप्ति मात्र 20 प्रतिशत है । तथा शेष 80 प्रतिशत परिचालन अतिरेक और मिश्रित आयो के रूप मे है जबकि दूसरी ओर सगठित क्षेत्र के सकल घरेलू उत्पाद मे श्रमिको की प्राप्तिया 59 प्रतिशत तथा

परिचालन अतिरेक और मिश्रित आयो के रूप मे मात्र 41 प्रतिशत ही है । सम्पूर्ण रूप से भी निवल घरेलू उत्पाद मे श्रमिको को प्राप्त होने वाले अश की तुलना मे असगठित क्षेत्र के श्रमिको की प्राप्तियो का अश कम है ।

नीतिगत कार्यक्रम एव योजनाए

असगठित क्षेत्र एक व्यापक क्षेत्र है। जिसमे लघु, अति लघु, कुटीर एव ग्रामोद्योग आदि शामिल है। इस क्षेत्र का भारतीय अर्थव्यवस्था के नियेाजित विकास मे महत्वपूर्ण स्थान है। असगठित क्षेत्र देश का परम्परागत एव मूलाधारिक क्षेत्र है। इस क्षेत्र की उपयोगिता को अगीकृत कर केन्द्र सरकार एव राज्य सरकारो ने इस क्षेत्र के सवर्द्धन के लिए विविध प्रकार के नीतिगत कार्यक्रम एव योजनाए सचालित कर रहे है। जिसके द्वारा इनकी प्राथमिक एव मूल आवश्यकताओ को पूरा करने का प्रयास किया जा रहा है। प्रमुख कार्यक्रम एव योजनाओ का विवरण निम्न प्रकार है –

1 अवस्थापनागत कार्यक्रम का आयोजन

असगठित क्षेत्र के उद्योग श्रम प्रधान उद्योग है। जिसमे अधिकाधिक रोजगार सृजन की सभावनाए विद्यमान है। असगठित क्षेत्र मे उद्योग की स्थापना एव विकास के लिए लघु सेवा सस्थानो, शाखा लघु सेवा सस्थानो, क्षेत्रीय परीक्षण केन्द्र, पादुका प्रशिक्षण केन्द्र, उत्पादन के विशिष्ट सस्थाओ के नेटवर्क के माध्यम से तथा केन्द्र सरकार एव राज्य सरकारो के स्वय अलग–अलग तथा सम्मिलित रुप से विशेष रोजगार कार्यक्रम, उद्यमिता विकास कार्यक्रम, प्रबन्ध विकास कार्यक्रम, कौशल विकास कार्यक्रम आदि का आयेाजन किसी न किसी रुप मे प्रतिवर्ष किया जा रहा है।

विशेष रोजगार कार्यक्रम का सचालन ग्रामीण क्षेत्रेा के कमजोर वर्ग के लोगो की आय अर्जन क्षमता मे वृद्धि तथा उत्पादक रोजगार प्रदान करने के लिए किया गया। विशेष रोजगार कार्यक्रम के अन्तर्गत ग्रामीण क्षेत्र मे रोजगार के अतिरिक्त अवसरो का सृजन, अवस्थापनागत ढॉचा मजबूत करने एव जीवन स्तर के सम्यक सुधार के लिए

कुछ विशेष कार्यक्रमो का सचालन किया गया। जिसमे प्रमुख रुप से समन्वित ग्राम विकास योजना, ग्रामीण युवा स्व–रोजगार प्रशिक्षण कार्यक्रम, जवाहर रोजगार योजना, रोजगार आश्वासन योजना तथा प्रधानमत्री रोजगार योजना आदि है। असगठित क्षेत्र मे उद्योग की स्थापना एव विकास के लिए उद्यमिता विकास कार्यक्रम तथा प्रशिक्षण कार्यक्रम क्रमश राष्ट्रीय उद्यमिता एव लघु व्यवसाय विकास सस्थान निसबड नई दिल्ली एव राष्ट्रीय लघु उद्योग विस्तार प्रशिक्षण सस्थान (निसिएट) हैदराबाद द्वारा प्रतिवर्ष राष्ट्रीय एव अर्न्तराष्ट्रीय स्तर पर कार्यक्रम का आयेाजन किया जाता है। वर्ष 1992–93 मे उद्यमिता विकास को बढावा देने के लिए एक उद्यमिता विकास येाजना शुरु की गयी। इस कार्यक्रम का उद्देश्य उद्यमी गुणो वाले व्यक्तियो की पहचान करना और रचनागत प्रशिक्षण पाठ्यक्रमो के माध्यम से प्रशिक्षित करना है। ताकि वे विभिन्न एजेसियो के पास उपलब्ध सहायता से उद्योग स्थापित करने मे समर्थ हो सके।[14]

प्रबन्ध प्रशिक्षण कार्यक्रम के अन्तर्गत प्रबन्ध विषयो मे प्रशिक्षण प्रदान कर मौजूदा उद्यमियो की उत्पादकता और लाभ मे सुधार करना तथा नये उद्यमियो को विकसित करना है। और कौशल विकास कार्यक्रमो के माध्यम से कुशल कामगारो को प्रशिक्षण प्रदान कर उन्हे उत्पादन की बेहतर और उन्नत प्रौद्योगिकियो से सुसज्जित करना है। वर्ष 1983 से उद्यमियो को इकाइयो की स्थापना और उनके आधुनिकीकरण, गुणवत्ता उन्नयन, बाजार विस्तार निर्यात विकास, नवीनीकरण और प्रौद्योगिकी सुधारो को बढावा देने तथा उन्हे अभिप्रेरित करने के लिए उत्कृष्ट उद्यमियो को राष्ट्रीय पुरस्कार प्रदान करने की योजना शुरु की गयी है।[15]

---

14 भारत सरकार, उद्योग मत्रालय, लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-32

15 भारत सरकार, उद्योग मत्रालय, लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-32

2 निष्पादन से सम्बन्धित तकनीकी परामर्श कार्यक्रम

असगठित क्षेत्र मे स्थापित उद्योगो को कार्यकुशलता एव गुणवत्ता मे सुधार तथा नये उद्यमियो को आकर्षित करने हेतु क्षेत्रीय परीक्षण केन्द्रो पादुका प्रशिक्षण केन्द्रो द्वारा विभिन्न क्षेत्रो मे तकनीकी एव प्रबन्धकीय परामर्शदात्री कार्यक्रम का आयोजन किया जाता है। कार्यक्रम के द्वारा कार्यरत उद्यमी एव कामगारो को रसायन, यात्रिकी, खाद्य, धातु की, इलेक्ट्रानिक, चर्म, पादुका, आधुनिकीकरण पूरक उद्योगो का विकास आदि क्षेत्रो मे उत्पाद गुणवत्ता तथा उत्पादन तकनीक से सम्बन्धित प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है।

क्षेत्रीय परीक्षण केन्द्रो एव पादुका प्रशिक्षण केन्द्रो के विशेषज्ञ यात्रिकी अभियात्रिकी एव इलेक्ट्रॉनिक के सम्बन्ध मे उद्यमियो एव कामगारो को विस्तृत जानकारी कार्यस्थल पर जा कर प्रदान करते है। जिससे उनमे कार्य के प्रति उत्साह एव निडरता उत्पन्न होती है और कार्यस्थल पर दुर्घटनाए होने की सभावना कम होती है। इसके अतिरिक्त केन्द्रो द्वारा समय–समय पर सभावित उद्योगो पर आधारित प्रोजेक्ट प्रोफाइल तैयार करना एव उनका पुनरीक्षण करना, उद्यमियो के अनुरोध पर विस्तृत व्यवहारिक रिपोर्ट तैयार करना, उत्पाद प्रक्रिया पर परामर्श, विभिन्न उत्पादो मे सुधार विकास एव ड्राइवर्सीफिकेशन, अत्याधुनिक उत्पादो एव तकनीकी सेवाए उपलब्ध कराना, कच्चे माल की उपलब्धता पर सूचनाए उपलब्ध कराना, कच्चे माल अर्द्धनिर्मित तथा तैयार उत्पादो की जाच पर जानकारी, ड्राइग, डिजाइन एव ब्लू प्रिट चार्ट इत्यादि से सम्बन्धित सुविधाए प्रदान की जाती है। राज्य सरकारे असगठित क्षेत्र को उत्पादन के लिए रियायती दर पर कच्चे माल की उपलब्धता आवश्यकतानुसार कराती है। तथा इकाइयो को उनके उत्पाद की गुणवत्ता उन्नयन, प्रौद्योगिकी उन्नयन एव प्रदूषण

नियत्रण के लिए प्रोत्साहित करती है।[16] जिससे असगठित क्षेत्र उत्पादन तकनीक मे सुधार कर उच्च गुणवत्ता युक्त उत्पाद का उत्पादन कर राष्ट्रीय एव अतर्राष्ट्रीय स्तर पर सगठित क्षेत्र से प्रतिस्पर्धा कर सके।

वित्तीय सहायता सम्बन्धी कार्यक्रम एव योजनाए

असगठित क्षेत्र मे छोटे–छोटे उद्योगो मे वित्तीय कमी प्रमुख समस्या है। इसका कारण इस क्षेत्र के अधिकाश उद्यमियो की आर्थिक स्थिति खराब होना है। वित्तीय समस्या के निदान हेतु राज्य सरकारो ने राज्य सहायता अधिनियमो के अन्तर्गत ऋण सुविधाओ मे व्यापक प्रसार किया है। इस क्षेत्र के उद्योगो को प्राथमिक एव कार्यशील पूँजी मुख्यत व्यवसायिक बैको एव सहकारी सस्थाओ द्वारा प्रदान की जाती है। रिजर्व बैक ऑफ इण्डिया तथा औद्योगिक विकास बैक के निर्देशन मे क्षेत्रीय ग्रामीण बैक एव राज्य वित्त निगम भी इन्हे सहायता देती है।[17] रिजर्व बैक ऑफ इण्डिया इस क्षेत्र को वित्तीय सुविधा विभिन्न विकास कार्यक्रमो के माध्यम से प्रदान कर रही है। समन्वित ग्रामीण विकास कार्यक्रम ग्रामीण औद्योगिकी करण की दिशा मे एक अत्यन्त सराहनीय प्रयास है। इस कार्यक्रम मे कृषि के साथ–साथ ग्रामीण उद्योगो के लिए ऋण प्रदान किया जाता है। नेहरू रोजगार योजना तथा प्रधानमत्री रोजगार योजना द्वारा शहरी एव ग्रामीण क्षेत्र मे शिक्षित बेरोजगार युवाओ के लिए स्व–रोजगार हेतु उद्योग स्थापित करने के लिए वित्तीय सहायता प्रदान की जाती है। सर्वप्रथम सन् 1986 मे शहरो मे गरीबी रेखा के नीचे रहने वाले व्यक्तियो को उद्योग स्थापित करने हेतु बैक ऋण के माध्यम से स्व–रोजगार योजना के तहत 5000 रुपये जिसका 25 प्रतिशत सरकारी अनुदान के रुप मे दिया गया । वर्ष 1992–93 के दौरान स्व–रोजगार योजना का

---

16 भारत सरकार,उद्योग मत्रालय,लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-95

17 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था ''नियोजन एव विकास'' पृष्ठ-361

विलय नेहरू रोजगार योजना मे कर दिया गया। नेहरू रोजगार योजना मे शहरी लघु उद्योग स्कीम के तहत शहरी क्षेत्र मे बेरोजगार अनुसूचित जाति एव अनुसूचित जन–जाति तथा महिलाओ को 5000 रुपये तक 25 प्रतिशत अनुदान के रुप मे और अन्य को 4000 रुपये तक प्रदान किया जाता है। लाभार्थी को आवश्यकता पडने पर 30000 रुपये तक बैक ऋण दिया जाता है।[18] प्रधानमत्री रोजगार योजना एव रोजगार बीमा योजना कार्यक्रम वर्ष 1993–94 शुरु किया गया। इन योजनाओ के माध्यम से शिक्षित बेरोजगार युवको के लिए सतत् स्व–रोजगार के अवसरो का सृजन करने के उद्देश्य से प्रशिक्षण एव सहायता के रुप मे एक लाख रुपये न्यूनतम ब्याज दर पर प्रदान किये जाते है। जिसमे 7500 रुपये अनुदान के रुप मे रहता है।[19]

सरक्षणात्मक नीति एव कार्यक्रम .

असगठित क्षेत्र को सगठित क्षेत्र की प्रतियोगिता से सुरक्षा प्रदान करने के लिए सरक्षणात्मक कार्य किये गये। सरक्षण कार्यक्रम के अर्न्तगत प्रमुखत आरक्षण नीति के द्वारा कई वस्तुओ का उत्पादन असगठित क्षेत्र के लिए सुरक्षित कर दिया गया, जैसे दियासलाई उद्योग, साबुन उद्योग, चमडा प्रसस्करण, जूता बनाना, हथकरघा उद्योग आदि उत्पाद का आरक्षण करते समय उसकी गुणवत्ता, अनुकूलता तथा व्यवहार्यता पर विचार किया जाता है। आर्थिक सुधारो मे उदारीकरण गैर लाइसेन्सी करण तथा गैर विनियमन पर बल होने के कारण आरक्षण नीति पर विचार किया गया। और इस क्षेत्र के लिए 834 वस्तुओ का उत्पादन आरक्षित कर दिया गया। इन वस्तुओ का उत्पाद सगठित क्षेत्र के बडे एव मध्यम आकार के उद्योगो मे नही किया जा सकता है।[20]

---

18. **द इण्डियन जर्नल आफ लेवर इकनामिक्स, बालूम 31 सन् 1996 पृष्ठ-918**

19 **भारत सरकार, उद्योग मत्रालय, लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-64**

20 **डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था "नियोजन एव विकास" पृष्ठ-359**

असगठित क्षेत्र के उद्योगो सरक्षण प्रदान करने के लिए सगठित क्षेत्र के उद्योगो पर उपकर या उत्पादन शुल्क लगाया गया है। जिससे सगठित क्षेत्र के उद्योगो पर अतिरिक्त बोझ बढ गया और उनकी उत्पादन लागत तथा असगठित क्षेत्र की उत्पादन लागत मे व्याप्त अधिक अन्तर को कम किया गया।

विपणन सम्बन्धी कार्यक्रम एव सुविधाए

राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था मे असगठित क्षेत्र के उद्योगो के महत्व को सरकार ने 1948 ई० के आरम्भ मे ही औद्योगिक नीति सकल्प मे मान्यता प्रदान की थी केन्द्रीय तथा राज्य सरकार के क्रय सगठनो ने, क्रय अधिनियम के माध्यम से इस क्षेत्र की इकाइयो को विपणन सहायता प्रदान करने पर बल दिया गया। असगठित क्षेत्र के उद्योग का विस्तार ग्रामीण क्षेत्रो मे अधिक है, राज्य सरकार के विभाग, अर्द्धसरकारी सगठन, स्वायत्तशासी सरकारी सगठन, सहायता अनुदान प्राप्त सस्थान, विभागीय उपक्रम तथा निजी क्षेत्र कार्यरत सेवा सस्थान आदि अपनी आवश्यकता के लिए भडारण मदो की खरीद करते समय इस क्षेत्र की स्थानीय इकाइयो द्वारा विर्निमित उत्पादो को वरीयता प्रदान करते है, और इन सस्थानो द्वारा ग्रामीण क्षेत्र के उद्योगो के लिए समय–समय पर हाट–बाजारो, मेला एव प्रदर्शनियो का आयोजन करते रहते है।

वाणिज्य मत्रालय द्वारा सचालित बाजार विकास सहायता योजना के अन्तर्गत असगठित क्षेत्र की इकाइयो को देश एव विदेश मे आयेाजित किये जाने वाले मेलो एव प्रदर्शनियो मे उत्पाद को बेचने के लिए सहायतार्थ प्रोत्साहन दिया जाता है। तथा इस क्षेत्र द्वारा उत्पादित वस्तुओ के विक्रय के लिए बाजार तथा माल पहुँचाने हेतु रियायती दर पर यातायात साधनो की सुविधा प्रदान की जाती है। इस क्षेत्र की निर्यातोन्मुखी इकाइयो के लिए प्रोत्साहन और आधार भूत सुविधाओ का विशेष पैकेज भी प्रदान किया जाता है। राज्य सरकारे नजदीकी बन्दरगाह डिपो से लक्षित बन्दरगाह तथा

निर्यात नमूनो के नौभार के लिये इकाइयो की व्यय लागत की प्रतिपूर्ति करती है।[21] उत्पाद के प्रचार–प्रसार हेतु समाचार पत्र, पत्रिकाओ एव विज्ञापन एजेन्सियो द्वारा सहायता प्रदान करती है।

असगठित क्षेत्र की समस्याये

असगठित क्षेत्र के उद्योग तथा कार्यशील असगठित श्रमिको को अनेक समस्याओ का सामना करना पडता है। जिसमे प्रमुख समस्याए निम्न है–

सामाजिक सुरक्षा में कमी

असगठित क्षेत्र की सर्व प्रमुख समस्या सामाजिक सुरक्षा सुविधाओ की नितान्त कमी है। सगठित क्षेत्र मे श्रमिको का अस्वस्थ्य होने, प्रसूति व औद्योगिक दुर्घटनाओ जैसी आपदाओ मे सहायता के निमित्त कई योजनाए है। कर्मचारियो की असामयिक मृत्यु होने पर उनके परिवार के लिए लम्बे समय तक आर्थिक सहायता और परिवार के किसी सदस्य के लिए रोजगार की व्यवस्था की जाती है। स्थायी विकलागता की स्थिति मे भी इस प्रकार की व्यवस्था है कि श्रमिक का सम्यक जीवन यापन होता रहे। यदि असगठित क्षेत्र के श्रमिको की स्थिति पर विचार किया जाय तो प्रतीत होता है कि उक्त का इस क्षेत्र मे सर्वथा अभाव है। सामाजिक सुरक्षा शब्द ही उनके लिए अजनबी है। कृषि क्षेत्र मे हालके वर्षो मे यन्त्रीकरण बढा है। गन्ना पेरने की मशीने थ्रेसर आदि का प्रयोग अत्यधिक होने लगा है और इसी अनुपात मे इन मशीनो से होने वाली दुर्घटनाए भी बढी है। एक अनुमान के अनुसार हर वर्ष लगभग 1000 किसानो और मजदूरो के हाथ थ्रेसर मशीनो मे आ जाते है। और इसमे से लगभग 60 प्रतिशत लोग सदा के लिए अपग हो जाते है। स्वय के लिए बोझ बनकर जीना इनके जीवन का यथार्थ हो जाता है। आज ग्रामीण क्षेत्र मे ऐसे सम्पन्न कृषको की कमी नही है। जो

---

21 भारत सरकार, उद्योग मत्रालय, लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग वि० लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-95

मजदूरो की सुरक्षा की परवाह न कर उनसे अधिक से अधिक कार्य लेना चाहते है इसके लिए उन्हे नशीले पदार्थों को खाने का प्रलोभन देते है। कृषि मजदूरो की स्थिति अत्यधिक खराब है। बीमारी, उत्सव व विपरीत मौसम के दिन भी उनके लिए अवैतनिक अवकाश के दिन होते है स्व–रोजगार वाले सदस्य भी बिना किसी प्रशिक्षण, तकनीकी सुविधा, विपणन सुविधा के कार्य करते है। कार्य घटे तो व्यवहार्यत उनके लिए निश्चित होते ही नही है। इस आधार पर यह कहा जा सकता है कि वातावरण मे सुधार, कार्य घटो का निर्धारण, प्रशिक्षण सुविधा आदि ऐसे सभव माध्यम हो सकते है। जो इन श्रमिको की स्थिति मे स्थायी सुधार ला सकते है।

हाल के वर्षो मे सामाजिक सहायता के परिप्रेक्ष्य मे कुछ कार्यक्रम आरम्भ किए गये जो असगठित क्षेत्र के श्रमिको के लिए लाभकारी है । इनमे सर्व प्रमुख वृद्वावस्था पेशन कार्यक्रम है। सातवी पचवर्षीय योजना के अन्त तक सभी राज्य सरकारो और केन्द्र शासित प्रदेशो ने वृद्वावस्था पेशन योजना आरम्भ कर दी है। पेशन की राशि ३० रुपये से 100 रुपये प्रति माह तक है तथा यह पेशन राशि 65 वर्ष से ऊपर वाले आयु वर्ग के उन लोगो को प्रदान की जाती है।जिनके पास आय अर्जन का कोई स्थायी आधार नही है। कुछ राज्य यथा–गुजरात, महाराष्ट्र, कर्नाटक, केरल और तमिलनाडु मे कृषि श्रमिको के लिए पृथक पेशन योजना बनायी गयी है। कुछ राज्य यथा–गुजरात, केरल और तमिलनाडु मे विधवाओ एव अन्य अति गरीब महिलाओ के लिए पेशन योजना चलायी गयी है। भारत सरकार ने 1995–96 के बजट से राष्ट्रीय सामाजिक सहायता कार्यक्रम आरम्भ किया है। इस कार्यक्रम के अन्तर्गत बृद्वावस्था पेशन के अतिरिक्त राष्ट्रीय परिवार लाभ योजना तथा राष्ट्रीय मातृत्व लाभ योजना आरम्भ की गयी है। राष्ट्रीय परिवार लाभ योजना के अन्तर्गत परिवार के मुख्य अर्जक की आकस्मिक मृत्यु के पश्चात 5000 रुपये और दुर्घटना वश आसामयिक मृत्यु होने पर

10000 रुपये प्रदान किये जाते है। राष्ट्रीय मातृत्व लाभ योजना के अन्तर्गत मातृत्व की स्थिति मे 300 रुपये प्रदान किये जाते है। भारत सरकार ने 1995 से ग्रामीण सामूहिक बीमा योजना आरम्भ किया है। इसके अनुसार अत्यन्त कम किस्त (60 रुपये वार्षिक) पर बीमा धारक को 5000 रुपये भुगतान की जाती है तथा अत्यन्त गरीब परिवारो के लिए बीमा किस्त मे 50 प्रतिशत का अनुदान भी दिया जाता है। जीवन बीमा निगम ने कृषि, मजदूरो, आई०आर०डी०पी० के लाभार्थियो एव समाज के अन्य कमजोर वर्गो के लिए भी बीमा येाजना आरम्भ किया है। सामान्य बीमा निगम ने कृषि एव सम्बन्धित क्रियाओ तथा अन्य व्यैक्तिक, आकस्मिक दुर्घटनाओ के सदर्भ मे भी बीमा योजना आरम्भ किया है। परन्तु उक्त सभी सामाजिक सुरक्षा योजनाओ का विस्तार वास्तविक रूप मे अत्यन्त कम हो सका है। अधिकाश आहृर्य जनसख्या इन योजनाओ से अनभिज्ञ है। इनके लाभ उनको नही मिल पाते है।[22]

निम्न आय एव उत्पाकता स्तर

असगठित क्षेत्र के उद्योगो का उत्पादन एव आय स्तर मे प्रत्यक्ष सीधा सम्बन्ध होता है। भारतीय विकासशील अर्थव्यवस्था के सदर्भ मे असगठित क्षेत्र के उद्योगो से सम्बद्ध उद्यमियो की आय का स्तर बहुत नीचा है। आय स्तर निम्न होने के कारण उद्यमियो तथा कार्यरत श्रमिको मे दक्षता, तकनीकी येाग्यता, आर्थिक एव सामाजिक सुविधाओ का अभाव पाया जाता है। परिणामस्वरूप उद्यमियो द्वारा परम्परागत उत्पादन तकनीक अपना कर अपने जीवन निर्वाह को किसी प्रकार से पूरा करने के लिए उत्पादन कर पाते है। असगठित क्षेत्र के उद्योगो का उत्पादन स्तर नीचे होने का एक प्रमुख कारण सरकार की दोहरी नीति का लागू होना है। जिससे इन क्षेत्रो के उद्योगो

---

22 द इण्डियन जर्नल आफ लेवर इकनामिक्स, बालूम 31 अक्टूबर से दिसम्बर सन् 1996, पृष्ठ, 924

को उचित समय पर आवश्कतानुसार उचित मूल्य पर कच्चा माल नही मिल पाता जिसके कारण अनावश्यक रूप से उत्पादन लागत मे वृद्वि तथा समय की बरबादी होती है।

आधुनिक औद्योगिक करण के युग मे पूजीवाद का अधिपत्य होने से असगठित क्षेत्र के उद्यमियो मे उद्यमिता का अभाव पाया जाता है। जिससे वे कोई निर्णय यथा समय नही कर पाते है। इस अनिश्चितता युक्त वातावरण एव अधिक खर्चीली प्रकृति के कारण आधुनिक प्रौद्योगिकी जन्य उपकरणो का प्रयोग असगठित क्षेत्र के उद्यम कर्ता नही कर पाते है। जिसके कारण उनके उत्पादन की क्रिया विधि परम्परागत ही बनी हुई है। फलस्वरूप इन क्षेत्रो की आय एव उत्पादन स्तर निरन्तर घटते क्रम मे प्रदर्शित करते है।

विपणन सुविधाओ की कमी

असगठित क्षेत्र के उद्योगो द्वारा उत्पादित उत्पाद को बेचने के लिए पर्याप्त सुविधाओ का अभाव पाया जाता है। किसी भी औद्योगिक प्रतिष्ठान के लिए जितना महत्व वस्तु के उत्पादन का है। उससे कही अधिक महत्वपूर्ण उसकी उचित विपणन व्यवस्था है। विपणन व्यवस्था उत्पादक उपभोक्ता एव सरकार सभी के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है। असगठित क्षेत्र के उद्योग अपनी विपणन व्यवस्था का क्रियान्वयन परिवहन साधनो, उचित भण्डारण व्यवस्था तथा सहकारी विपणन सस्थाओ के अभाव मे अधिकाशत प्रत्यक्ष रूप से करते है। प्रत्यक्ष विपणन व्यवस्था के अन्तर्गत उत्पादक अपने उत्पाद का विक्रय प्रत्यक्ष रूप से उपभोक्ता को करते है। प्रत्यक्ष विपणन की प्रमुख समस्या उत्पाद के कीमत निर्धारण की होती है। क्योकि इस क्षेत्र मे कीमत निर्धारिण रचना तत्र बाजार की अनौपचारिक दशाओ से पर्याप्त सीमा तक अप्रभावित रहता है। यह कीमत निर्धारण उत्पादक और उपभोक्ता के आपसी वार्तालाप एव

स्थानीय सस्थाओ से प्रभावित होता है। यहा उत्पादक और उपभोक्ता का अति निकट का प्रत्यक्ष सम्बन्ध होता है।

असगठित क्षेत्र के अधिकाश उद्योगो की वित्तीय स्थिति सुदृढ न होने के कारण विपणन की आधुनिक तकनीको एव सुविधाओ यथा विपणन सर्वेक्षण, विक्रय अभिकर्ताओ की नियुक्ति, भण्डारण सुविधाओ का विकास, विज्ञापन के आधुनिक तत्रो का प्रयोग, सस्थागत विपणन एव बाजार सूचनाओ का सकलन आदि का समुचित उपयोग समय पर नही कर पाते है। जिसके कारण असगठित क्षेत्र के उद्योगो की विपणन व्यवस्था अपने उचित रूप मे नही पहुँच पायी है।

अवस्थापनागत सुविधाओ की कमी .

असगठित क्षेत्र मे उद्योगो की अवस्थापना के लिए कोई विशिष्ट नीतिया एव कार्यक्रम कार्यान्वित नही किये जाते है। जिससे कि इस क्षेत्र मे औद्योगिकी करण को प्रोत्साहन मिल सके। हाल के वर्षो मे केन्द्र एव राज्य सरकारो द्वारा इस क्षेत्र के उद्यमियो मे उद्यमिता विकास को जागृत करने हेतु शिक्षा एव प्रशिक्षण सस्थाओ तथा जिला उद्योग केन्द्र के माध्यम से सैद्वान्तिक, तात्रिक, व्यवहारिक एव व्यवसायिक शिक्षा प्रदान कर रही है साथ मे उद्यमियो को उद्योग क्षेत्र मे आकर्षित करने हेतु विभिन्न कार्यक्रमो एव योजनाओ का क्रियान्वयन कर रही है। ये कार्यक्रम एव योजनाओ का विभिन्न स्वरुप यथा रोजगार योजना, जवाहर रोजगार योजना, एकीकृत ग्रामीण विकास कार्यक्रम स्वरोजगार हेतु ग्रामीण युवाओ के प्रशिक्षण कार्यक्रम, ग्रामीण क्षेत्रो मे महिला एव बाल विकास योजना, रोजगार बीमा योजना, नेहरू रोजगार योजना, रोजगार गारन्टी योजना, प्रधानमत्री रोजगार योजना, आदि योजनाए शहरी एव ग्रामीण क्षेत्रो के उद्यमियो को उद्यम स्थापित एव सचालित करने के लिए प्रोत्साहन हेतु वित्तीय सुविधा उपलब्ध कर मार्गदर्शन प्रदान कर रहे है। परन्तु इन विभिन्न कार्यक्रमो एव योजनाओ

से अधिकांश उद्यमी अनभिज्ञ हैं। इस अनभिज्ञता के कारण इनका लाभ उन्हें नहीं मिल पाता है। और कुछ सीमित वर्ग के उद्यमी ही इनका लाभ उठा पाते है।

संगठित क्षेत्र से प्रतिस्पर्धा :

असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों को आन्तरिक एवं वाह्य दोनों प्रकार की प्रतिस्पर्धाओं का सामना करना पड़ता है। आन्तरिक प्रतिस्पर्धा के अन्तर्गत देश के अन्दर संगठित क्षेत्र के बड़े पैमाने के उद्योगों से प्रतिस्पर्धा करनी पड़ती है। जो कि बाजार व्यवस्था के विज्ञापन एवं अन्य विधियों से आच्छादित किये हुए है। असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों के पास विज्ञापन आदि की सुविधा न होने के कारण उपभोक्ता को अपनी ओर आकर्षित नहीं कर पाते। परिणामतः असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों को संगठित क्षेत्र के बड़े उद्यमी बाजार से बाहर कर देते हैं। दूसरी ओर अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर भारतीय असंगठित क्षेत्र के उद्यमियो को घेार प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है। जैसे भारतीय कालीन उद्योग को कोरिया, चीन और पाकिस्तान से प्रतिस्पर्धा करनी पड़ रही है। इस प्रकार असंगठित क्षेत्र के उद्योग राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा से निरन्तर जूझ रहे हैं जो एक जटिल समस्या है।

भारत में असंगठित क्षेत्र अब विभिन्न प्राथमिक और माध्यमिक वस्तुओं के उत्पादन में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। तथापि भारत का असंगठित क्षेत्र बेरोजगारी, असमानता और सामाजिक सुविधाओं के अभाव से पीड़ित है। अल्प रोजगार और प्रच्छन्न बेरोजगारी यहां के लोगों की मुख्य समस्या बनी हुई है। अधिकांश उत्पादक इकाइयां बाल श्रम का प्रयोग करती है। इन बाल श्रमिकों का होटलों, स्कूटर और साइकिल मरम्मत की दुकानों, छोटी परचून की दुकानों पर बाहुल्य है। कृषि श्रमिक के रूप में भी बाल श्रमिकों का बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता है। विशेषकर फसल कटाई, बुआई और सिंचाई के व्यस्त अवसरों पर अब भी असंगठित

क्षेत्र मे महिलाओ को समान कार्य के लिए असमान पारिश्रमिक दिया जाता है। साक्षरता और शिक्षा का स्तर अत्यन्त नीचा है। हाल के वर्षो मे आरम्भ की गयी गरीबी निवारण की विभिन्न योजनाए निर्विवाद रूप से असगठित क्षेत्र को अधिक प्रभावी और बेहतर बनाने मे सहायक है। इनसे मजदूरी रोजगार बढाने के साथ–साथ स्व–रोजगार की सम्भावनाए बढी है प्रशिक्षण सुविधाओ के प्रसार के कारण उनके कार्य और उत्पादन मे उत्तरोत्तर सुधार की सभावनाए बढी है। हॉ इन कार्यक्रमो को अधिक सघन रूप मे लागू करने की आवश्कयता है। इसके अतिरिक्त तब तक आवश्यक प्रतिबन्धात्मक उपायो को भी कडाई के साथ लागू किया जाए जब तक कम से कम न्यूनतम मजदूरी का भुगतान इन श्रमिको को होता रहे वास्तव मे असगठित क्षेत्र मे व्याप्त विसगति का मुख्य कारण उसके निरपेक्ष रूप का पिछडा होना है। राजकीय अभिकरण का झुकाव अधिकाधिक सगठित क्षेत्र के उद्योगो के प्रति है। जबकि समान कटिबद्वता की आवश्यकता है। गरीबी और पिछडेपन की समस्या का निवारण असगठित क्षेत्र के सम्यक विकास पर ही आधारित है। सगठित क्षेत्र का विकास व्यापक जन समुदाय को राहत देने की प्रक्रिया मात्र है। समस्या का वास्तविक निदान असगठित क्षेत्र के श्रमिको को उनके उद्‌गम स्थान ग्रामीण क्षेत्र मे ही बसाने और उत्पादक बनाने मे निहित है। विज्ञान और प्रौद्योगिकी को ग्रमोन्मुखी बनाना होगा और इसकी क्रिया विधि को असगठित क्षेत्र की अनेक छोटी उत्पादक इकाइयो की व्यय सीमा के भीतर लाना होगा।[23]

---

23 खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत मे असगठित क्षेत्र पृष्ठ-1

चतुर्थ अध्याय

अध्याय-4

साबुन उद्योग का उद्भव एव विकास

साबुन उद्योग का प्रारम्भ सर्वप्रथम कब, कहा और कैसे हुआ। इसके बारे मे अधिक जानकारी नही मिलती, यह माना गया है कि सबसे पहले प्रारम्भ हुए रसायनिक उद्योगो मे साबुन उद्योग भी एक है[1] जैसा कि ऐतिहासिक सर्वेक्षण से ज्ञात होता है। कि वैदिक काल मे अनेक प्रकार के उद्योग–धन्धे प्रचलित थे। यह कहना अतिश्योक्ति न होगा कि साबुन उद्योग का प्रारम्भ वैदिक काल के पूर्व वस्त्र उद्योग के समकक्ष माना जा सकता है क्योकि ऋग वैदिक काल मे कपडा साफ करने के लिए धोबी द्वारा साबुन का उपयोग किसी न किसी रूप मे किया जाता था। बौद्व काल मे तो स्पष्ट किया गया है कि कपडा साफ करने के लिए "क्षार" सोडा का उपयोग साबुन के रुप मे किया जाता था।[2]

कपडे का आविष्कार आज से हजारो वर्ष पूर्व हो चुका था और तब से ही इसमे समय–समय पर न केवल अनेकानेक सुधार व परिवर्तन होते रहे है वरन् इसकी माग और उपयोग की मात्रा भी बढती रही है। जैसे ही मानव ने कपडे का उपयोग प्रारम्भ किया उसके सामने एक समस्या उठ खडी हुई कपडे की सफाई की। वस्त्र चाहे ऊन के बनाए हुए हो या सूत के, रेशमी हो या सिन्थेटिक धागो से निर्मित, शरीर मे पहनने या अन्य किसी भी प्रकार से प्रयोग करने पर उनमे धूल, गर्द पडने से गन्देहो जातेहै। शरीर पर पहनने के कारण पसीना और चिकनाई भी चिपक जाती है। ये गन्दगी वाले वस्त्रो को सामान्य पानी से धोकर साफ नही किया जा सकता यही कारण था कि वस्त्रो के निर्माण के साथ ही मानव उन्हे साफ करने के लिए प्रयोग की जा सकने

---

1 योजना अंक 16 से 30 सितम्बर वर्ष 1990 पृष्ठ-11

2 डॉ० मिश्रा जय शकर, विहार हिन्दी अकादमी ग्रन्थ, प्राचीन भारत का सामाजिक इतिहास पृष्ठ-612

वाली वस्तुओ की खोज मे जुट गया। आरम्भ मे विविध प्रकार की लवण युक्त मिट्टियो के साथ पानी मे कपडो को उबालकर साफ किया जाता था। परन्तु औद्योगिक क्रान्ति के साथ ही मानव ने मिट्टी से लवणो को अलग करने की विधियो को विकसित कर लिया और इस विशिष्ट क्षार को सोडा एश का नाम दिया गया। यह सोडा कपडा धोने के काम आता है। इसीलिए सामान्य बोल चाल की भाषा मे इसे कपडा धोने का सोडा कहा जाता है। कपडा धोने के सोडे की खोज ने कपडे साफ करने की एक बडी समस्या का समाधान कर दिया। सिर के बालो को साफ करने के लिए दही और सोडे को मिलाकर प्रयोग किया जाने लगा। इस प्रकार सोडा एश की खोज इस क्षेत्र मे प्रयास की राह मे मजिल का पडाव मात्र सिद्ध हुआ, सोडा एश कपडा धोने और सिर के बाल धोने का एक सशक्त माध्यम लगभग सौ वर्षो तक बना रहा, परन्तु यह तीक्ष्ण क्षार होने के कारण इसके माध्यम से धोए गए कपडे अपनी प्राकृतिक चमक–दमक मुलामियत तथा सौम्यता खो देते थे और उनका जीवन भी कम हो जाता था। इसके अलावा सोडे से तन की सफाई नही की जा सकती थी क्योकि यह कपडा धोते समय हाथो को काट देता है। कपडे और शरीर की सफाई के लिए आसानी से प्रयोग की जाने वाली वस्तु की खोज मे वैज्ञानिक लगातार लगे रहे और सोडे को तेल और पानी के साथ घोल कर एक विशिष्ट वस्तु बनाने मे सफलता प्राप्त किये, जिसे साबुन का नाम दिया गया।[3] जैसे–जैसे सामान्य जीवन स्तर मे सुधार होता गया साबुन का उपयोग भी बढता गया तथा वर्तमान मे साबुन का उपयोग जीवनोपयोगी मूल आवश्यक वस्तुओ के रूप मे किया जाता है।

---

3 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-27,28

साबुन उद्योग का विकास

सफाई के लिए उपयोग किये जाने वाले पदार्थों को अपमार्जक कहते है अपमार्जक के रूप मे साबुन का प्रयोग आज से दो हजार वर्ष पूर्व से होता आ रहा है।[4] औद्योगिक रुप मे साबुन का विकास उन्नीसवी शताब्दी के अन्तिम वर्षो मे रासायनिक उद्योग के विकास के साथ हुआ। आजादी से पूर्व तक देश साबुन उद्योग असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत विकेन्द्रीकृत अवस्था मे था। स्वतत्रता के पश्चात तत्कालीन सरकार द्वारा औद्योगिक विकास के लिए मिश्रित अर्थव्यवस्था की स्थापना का अनुमोदन किया गया। फलस्वरूप सगठित एव असगठित क्षेत्रो के अन्तर्गत सरकारी एव निजी कार्यरत औद्योगिक इकाईयो के कार्य सचालन मे सुधार तथा नवीन इकाईयो की स्थापना हेतु उद्यमियो को प्रोत्साहित किया गया। साबुन उद्योग साबुन के विभिन्न सह–उत्पादो के रूप मे विकास मान है।

(क) साबुन का विकास :

साबुन विविध प्रकार के तेलो और बसाओ के मिश्रण मे कास्टिक सोडे का घोल मिलाकर बनाया जाता है। साबुन शरीर और कपडो की सफाई का सबसे निर्दोष प्रभाव कारी अत्यन्त प्राचीन माध्यम है। "साबुन एक ऐसा रासायनिक यौगिक है जो कास्टिक सोडा या पोटाश नामक क्षारो के घोलो के साथ–साथ वसीय अम्लो के साथ तैयार होते है।"[5] वर्ष 1950 तक साबुन विश्व बाजार मे अपमार्जक क्षेत्र का अकेला उत्पाद था। इसके पश्चात् नई–नई वैज्ञानिक खोजो तथा औद्योगिक प्रगति के साथ–साथ हमारे रहन–सहन के तरीको, कार्य व्यवहारो एव खान–पान की आदतो मे भी अमूल–चूल परिवर्तन व परिवर्धन की यह दिशा निरन्तर विकास मान है। वर्ष 1950 से

---

4 परिषद राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसधान और प्रशिक्षण, विज्ञान भाग दो, वर्ष 1997 पृष्ठ-177

5 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-39

1960 के दशक मे साबुन उद्योग के क्षेत्र मे क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए। साबुन की खपत एव भविष्य मे माग की सभावनाओ को देखते हुए देश के मध्यम तथा बडे उद्यमियो का झुकाव इस उद्योग क्षेत्र की ओर होने लगा। वर्ष 1955 तक देश मे सगठित क्षेत्र के अन्तर्गत 56 बडे कारखाने साबुन उद्योग के स्थापित हो गये। इनकी उत्पादन क्षमता एक लाख नब्बे हजार टन साबुन की थी परतु इस वर्ष मात्र निन्यानबे हजार टन साबुन का उत्पादन उनके द्वारा किया गया।[6]

साठ के दशक तक देश मे केवल बट्टी या टिकिया के रुप मे जमाये हुए साबुन ही उत्पादित किये जाते थे। साबुन की टिकिया एक बहुप्रचलित शब्द था। कपडा धोने के साबुनो की टिकियाए प्राय घनाकार या वर्गाकार परन्तु बडी सीमा तक अनगढ होती थी तो नहाने की टिकियाए अधिक लम्बी और कम ऊची ईट जैसी बनावट की। उस समय इग्लैण्ड की लीवर ब्रदर्स नामक कम्पनी, जो विश्व के दर्जनो देशो मे साबुन बनाती और बेचती है। की भारतीय शाखा हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड का इस उद्योग पर एक छत्र राज्य था। कालान्तर मे गोदरेज, टाटा, मैसूर, सदल, निरमा आदि जैसे अनेक उत्पादक आ गये। जिससे साबुन उद्योग मे तेजी से प्रगति एव प्रतियोगिता प्रारम्भ हो गया। प्रतियोगिता और विश्व साबुन टेक्नालॉजी के सतत् विकास से न केवल साबुन की गुणवत्ता मे पर्याप्त सुधार हुआ बल्कि उनके रग रूप मे भी अनेक परिवर्तन के साथ उत्पादन की मात्रा मे भी वृद्धि हुई।[7] वर्ष 1984–85 मे सगठित एव असगठित क्षेत्र मे कुल लगभग 10 लाख टन साबुन का उत्पादन हुआ। जिसमे लगभग 380 हजार टन सगठित क्षेत्र मे तथ 620 हजार टन असगठित क्षेत्र मे हुआ।[8] देश मे सगठित एव असगठित क्षेत्र मे अनेक उद्यमियो ने साबुन उद्योग क्षेत्र मे

---

6 गुप्ता भोलानाथ, ग्रामोद्योग, पृष्ठ-44

7 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-33

8 योजना अक 16 से 30 सितम्बर वर्ष 1990 पृष्ठ-11

अपनी औद्योगिक इकाईया स्थापित की। जिससे वर्ष 1998–99 तक सगठित क्षेत्र मे इनकी सख्या बढकर 61 को गयी। इनके द्वारा वर्ष 1998–99 के दौरान कुल 7 5 लाखटन कपडा साफ करने तथा 5 लाख टन नहाने के साबुन का उत्पादन किया गया।[9]

(ख) डिटर्जेट का विकास

साबुन के प्रतिस्थापन वस्तु की खोज द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान शुरु हुई। क्योकि उस समय तेल और वसा की अधिक कमी थी। इस क्षेत्र मे विस्तृत अनुसस्थान सर्वप्रथम जर्मनी मे प्रारम्भ हुआ। इसके बाद सयुक्त राज्य और युनाइटेड किगडम अन्तत कच्चे पदार्थ के रूप मे "क्षार वेन्जील" को तीक्ष्ण शोधन के रूप मे ग्रहण किया।[10]

वैज्ञानिको को साबुन के क्षेत्र मे निरन्तर प्रयास के पश्चात वर्ष 1940 मे एक ऐसे रासायनिक पदार्थ की खोज मे सफलता मिली, जो स्वय तो साबुन नही था परन्तु उसमे साबुन के सारे गुण विद्यमान थे। यह तेल रहित होने के कारण इसमे सफाई का गुण साबुन की तुलना मे अधिक था। साधारण साबुन कठोर जल के साथ झाग नही देता और इसी कारण गन्दगी भी नही दूर कर पाता लेकिन यह नया रासायनिक पदार्थ कठोर जल के साथ भी गन्दगी दूर करने मे समर्थ था इस रासायनिक पदार्थ को अपमार्जक प्रक्षालक साबुन रहित साबुन डिटर्जेण्ट या कृत्रिम साबुन नाम दिया गया।[11]

प्रारम्भिक वर्षो मे डिटरजेण्ट का विकास मन्द गति से हुआ तथा उत्पादन भी काफी कम था। क्योकि डिटरजेण्ट एव इसमे प्रयुक्त कच्चे माल का दूसरे देशो से

---

9 भारत सरकार सूचना एव प्रसा० मत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत अक 2001, पृष्ट 534

10 परशुराम, के०एस०, सोप एण्ड डिटरजेण्टस्, पुष्ठ 2 , 3

11 हिन्दी मासिक पत्रिका, प्रतियोगिता दर्पण, अप्रैल 1990, पृष्ठ-933

आयात करना पडता था। भारत मे सर्वप्रथम डिटरजेण्ट का उत्पादन वर्ष 1956 मे हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड द्वारा आयात किये हुए डिटरजेण्ट स्लरी तथा बिलडर की सहायता से किया गया।[12] इसके पश्चात देश मे डिटरजेण्ट का उत्पादन अन्य कम्पनियो द्वारा भी किया जाने लगा। सातवी योजना के अन्त तक इसकी खपत साबुन से अधिक अनुमानित की गयी। वर्ष 1984–85 मे सगठित क्षेत्र की कम्पनियो द्वारा लगभग 190 हजार टन डिटर्जेट का उत्पादन किया गया।[13]

डिटरजेण्ट का विकास साबुन के सह–उत्पाद के रूप मे इतनी तीव्रता से हुआ कि मात्र पच्चीस वर्षो के अन्दर ही धुलाई–सफाई के परम्परागत उपदानो और साबुन बाजार के आधे से अधिक भाग पर कब्जा जमा लिया।[14] इसकी लोकप्रियता न केवल देश बल्कि सम्पूर्ण विश्व मे दिन–प्रतिदिन बढती जा रही है। डिटरजेण्ट की बढती हुई लोक प्रियता को देखते हुए सगठित क्षेत्र के अन्तर्गत 26 इकाईया उत्पादन मे कार्यरत है। देश मे कार्यरत सगठित इकाइयो तथा असगठित क्षेत्र द्वारा सयुक्त रुप से वर्ष 1998–99 मे कुल लगभग 24 लाख टन डिटरजेण्ट का उत्पादन किया गया।[15] वर्ष 2000–2001 मे कपडा धोने का साबुन नहाने का साबुन और डिटरजेण्ट का उत्पादन क्रमश 7 5 लाख टन, 5 30 लाख टन और 26 लाख टन रहा।

---

12 **चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ठ-252**

13 **भारत सरकार, सूचना एव प्रसारण मत्रालय, प्रकाशन विभाग, योजना अक 16 से 30 सितम्बर वर्ष 1990 पृष्ठ-11**

14 **अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटर्जेन्टस क्लीनिग पाउडर्स व एसिड स्लटी पृष्ठ-10**

15 **भारत सरकार, सूचना एव प्रसा० मत्रालय, प्रका० विभाग, भारत अक, 2001, पृष्ठ 534**

(ग) शैम्पू एवं तरल साबुन का विकास .

सत्तर के दशक मे देश मे साबुन के सह–उत्पाद के रुप मे तरल साबुन एव शैम्पू का निर्माण किया गया। प्रारम्भ मे तरल साबुन या शैम्पू का प्रयोग महिलाओ और नवयुवको द्वारा सिर के केशो की धुलाई–सफाई के लिए किया गया तथा इसकी गणना साबुन और डिटरजेण्ट मे सौन्दर्य–प्रसाधन के अन्तर्गत करते थे।

वर्तमान सामाजिक परिप्रेक्ष्य मे तरल साबुन एव शैम्पू परम्परागत साबुन के रुप सामान्यत स्नान, बाल धोने, हाथ धोने के लिए प्रयोग किया जाने लगा है। तरल साबुन का प्रयोग अस्पतालो, होटलो, दफ्तरो और घरो मे प्राय हाथ धोने के लिए अधिक किया जाता है। क्योकि इनमे पर्याप्त मात्रा मे जीवाणु नाशक रचक पाये जाते है। अन्य जीवाणु नाशक रसायनो की अपेक्षा हेक्सो क्लोरोफिन नामक विशिष्ट रसायन का प्रयोग प्राय अधिक किया जाता है।[16]

साबुन आज वास्तव मे किसी एक वस्तु का नही वरन् वस्तुओ के एक विस्तृत वर्ग का नाम है। साबुन की माग न केवल नहाने और कपडा धोने के लिए की जाती है। बल्कि दैनिक मानवीय क्रियाओ की आवश्यकतानुसार सौन्दर्य प्रसाधन के साधन के रूप मे की जाने लगी है साबुन उद्योग क्षेत्र के अन्तर्गत सामान्य साबुन, डिटर्जेट, शैम्पू सह–उत्पाद के अतिरिक्त औषधि युक्त, जीवाणु नाशक कार्बोलिक एसिड युक्त साबुन, दाढी बनाने वाला साबुन, सेविग क्रीम, बाल साफ करने वाला साबुन, तथा बर्तन साफ करने वाला साबुन आदि का उत्पादन हो रहा है।

साबुन उद्योग का जो विकास हुआ वह अभी भी माग के अनुरुप पर्याप्त नही है। देश मे अभी भी विकास की सभावनाए विद्यमान है। साबुन का उपयोग हमारे जीवन मे

---

16 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-185

अति आवश्यक हो गया है। आज नगरो और महानगरो के अलावा गाव और देहातो मे भी साबुन का प्रयोग दिन प्रतिदिन बढता जा रहा है। इस कारण साबुन की माग हमेशा रही है और आगे भी बनी रहेगी ।

साबुन का वर्गीकरण

साबुन का प्रयोग सफाई करने और मैल काटने के लिए ही प्रमुख रूप से किया जाता है। साबुन की उपयोगिता और गुणवत्ता रग, रूप व आकार प्रयोग किये जाने वाले आधार रचक तथा निर्माण प्रक्रिया के आधार पर इन्हे अनेक वर्गो मे विभाजित किया जा सकता है।

(क) उपयोगिता के आधार पर ·

उपयोगिता के आधार पर साबुन को निम्न वर्गो मे श्रेणीबद्ध किया जा सकता है।

(1) स्नान का साबुन

ऐसे साबुन सामान्यत अधिक चिकने और मुलायम होते है। इनको बनाने मे कास्टिक सोडा या अन्य सोडो के घोलो के साथ तेल और वसा की मात्रा अधिक होती है। तथा रग रूप आकार की दृष्टि से सर्वाधिक विविधतापूर्ण, तीखी सुगन्ध से लेकर फूलो की मनभावन मन्द सुगन्ध अनेक प्रकार की सुगन्धियो से युक्त, अधिक मूल्यवान, और सौन्दर्य युक्त पैकिग एव अत्यधिक प्रचार के साथ विक्रय किया जाता है। इसका ज्यादातर उत्पादन सगठित क्षेत्र की बडी इकाईयो द्वारा किया जाता है।[17]

(२) कपडा साफ करने का साबुन :

मानव द्वारा सर्वप्रथम कपडा धुलने और साफ करने के लिए साबुन का प्रयोग

---

17 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-30

किया गया। कपडा साफ करने का साबुन नहाने के साबुन की तुलना मे कठोर होता है। इसके निर्माण मे कास्टिक सोडा, कास्टिक पोटाश तथा सोडा ऐश का अधिक प्रयोग किया जाता है। उपभोक्ता कपडा धोने का साबुन खरीदते समय उसका मूल्य और मैल काटने की क्षमता को ध्यान मे रखता है। इसका निर्माण छोटी एव मध्यम इकाईयो द्वारा अधिक किया जाता है।

(3) बर्तन साफ करने का साबुन

यह एक प्रकार का डिटर्जेण्ट पाउडर एव वाशिग पाउडर होता है। इसका उपयोग सामान्य घरो, होटलो, कार्यालयो, शादी–ब्याह, तथा पार्टियो मे बर्तन एव क्राकरी साफ करने मे किया जाता है। आज परम्परागत धातुओ पीतल, ताबा, कास आदि के स्थान पर सभी परिवारो मे अब स्टेनलेस स्टील और चीनी मिट्टी, मैलीवेयर, काच के बने बर्तनो का प्रयोग होने लगा है। इन बर्तनो को मिट्टी या राख से माजकर साफ नही किया जा सकता है। क्योकि ऐसा करने पर इनकी सतह पर खरोच पड जाती है और इनकी सम्पूर्ण चमक–दमक खराब हो जाती है। जिससे बर्तन साफ करने वाले साबुन या क्लीनिग पाउडर का प्रयोग किया जाता है।[18]

(4) औद्योगिक उपयोग के साबुन

इस प्रकार के साबुन के निर्माण मे बडी मात्रा मे ब्लीचिग एजेन्ट कोई तीक्ष्ण रसायन या मृदु तेजाब स्वल्प मात्रा मे मिलाया जाता है। ये साबुन सामान्यत बाजार मे नही बिकते इनका प्रयोग कपडा मिलो तथा ऐसे रसायन उद्योगो मे किया जाता है। जिनमे मिले क्षार एव तेल उस विशिष्ट रसायन पर प्रतिक्रिया न करे।

---

18 अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटर्जेन्टस क्लीनिग पाउडर्स व एसिड स्लटी पृष्ठ, 67

(5) हाथ साफ करने का साबुन

वर्तमान विशिष्टता और विशेषज्ञता के युग मे अलग–अलग कार्यो के लिए विशिष्ट गुणवत्ता युक्त साबुन तैयार किये जाते है। फैक्ट्रियेा, कारखानो तथा वर्कशापो मे कार्य करने वाले श्रमिको के हाथ विविध प्रकार की ग्रीस, तेल, चिकनाइया आदि लग जाने के कारण प्राय अधिक गन्दे हो जाते है। जो सामान्य साबुन से अच्छी तरह से साफ नही हो पाते है। इस कार्य के लिए विशिष्ट कठोर एव पेस्ट का प्रयोग किया जाता है। ये पेस्ट सामान्य साबुन मे पर्याप्त मात्रा मे बारीक रेत अथवा सेलम पाउडर मिलाकर तैयार किये जाते है।[19]

(6) *विशिष्ट उपयोग का साबुन :*

नहाने, कपडा धोने और सामान्य सफाई के अतिरिक्त कुछ विशेष उपयोगो के लिए विशिष्ट गुणवत्ता युक्त साबुनो का निर्माण किया जाता है। जैसे–सिर के बाल धोने के लिए शैम्पू, बाल सफा साबुन अर्थात हेयर रिमूविग साबुन एव क्रीम, दाढी बनाने के लिए साबुन या लेदर शेविग क्रीमे तथा औषधि युक्त जीवाणु नाशक साबुन आदि।

(ख) आकृति एव रुपाधिरित वर्गीकरण ·

आज इस विशेषज्ञता के युग मे छोटे–बडे प्रत्येक कार्य के लिए अलग–अलग प्रकार के साबुन तैयार किये जाते है। देश मे कुछ दशक पूर्व तक मात्र बट्टी एव टिकिया के रुप ही साबुन तैयार किये जाते थे परन्तु वर्तमान परिप्रेक्ष्य मे साबुनो की गुणवत्ता मे सुधार के साथ–साथ उनके रग–रुप मे भी अनेक परिवर्तन कर दिये गये।

(1) टिकिया के रुप मे साबुन

टिकिया साबुन का प्राचीन स्वरुप है। नहाने तथा कपडा साफ के पूर्ण शुद्धता से

---

19 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ, 32

युक्त साबुन टिकिया के रुप मे तैयार किये जाते है। स्नान के लगभग सभी साबुन "सामान्य सुगन्धित, जीवाणुनाशक, औषधियुक्त, ग्लिसरीन युक्त सस्ते तथा महगे" टिकिया के रुप मे एक विशिष्ट आकार मे तैयार किये जाते है। मशीनो और डाइयो के प्रयोग से प्रत्येक टिकिया पर साबुन का नाम अकित किया जाता है।[20]

(2) पाउडर्स के रुप साबुन

कपडा साफ करने के लिए टिकिया साबुन के स्थान पर डिटरजेण्ट पाउडर्स का उपयोग किया जाने लगा है। वर्तमान आधुनिकता वादी समाज मे रहन–सहन के तौर तरीको एव परिधान के पहिनावे मे विशेष परिवर्तन होने के कारण पाउडर्स साबुन की लोकप्रियता अत्यन्त तेजी से बढी है। राष्ट्रीय स्तर के सभी बडे साबुन निर्माता कपडा साफ करने के टिकिया साबुन के साथ पाउडर्स साबुन का निर्माण कर रहे है। डिटर्जेटस पाउडर्स साबुन का अधिकाधिक उत्पादन असगठित क्षेत्र के छोटे एव मध्यम साबुन निर्माता द्वारा किया जा रहा है।

(3) चिप्स और पेस्ट साबुन

चिप्स और पेस्ट साबुन के रुप मे साबुन का निर्माण सर्वप्रथम हिन्दुस्तान लीवर द्वारा रेशमी ऊनी कपडे धोने के लिए लक्स साबुन के नाम से किया गया। यह बहुत ही मृदु और स्नान के साबुन से अधिक अद्वितीय, यह साबुन छोटी–छोटी धवल श्वेत पपडियो के रुप मे होता था। यह कपडा धोने का सबसे महगा होने के कारण इसका उत्पादन बन्द करना पडा तथा अन्य निर्माता भी इस साबुन का निर्माण नही कर रहे है। यद्यपि परम्परागत तरीके साबुन बनाने वाले कुछ निर्माता स्थानीय स्तर पर कपडा धोने के साबुनो का निर्माण बारीक चूर्ण, चिप्स और सेवइयो के रुप मे करते है। परन्तु

---

20 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-34

इनकी लोकप्रियता न होने के कारण बन्द करना पड रहा है।

इसके विपरीत पेस्ट साबुन की लोकप्रियता मे तीव्र गति से सतत वृद्धि हो रही है। घरो मे काम करने के बाद महिलाओ द्वारा हाथ साफ करने, फैक्ट्रियो मे कर्मचारियो के हाथ साफ करने, पुरुषो द्वारा दाढी बनाने के लिए तथा गुप्तागो के बाल साफ करने के लिए आदि मे पेस्ट साबुन का उपयोग किया जाता है।

पेस्ट साबुनो की पैकिग महिलाओ द्वारा हाथ साफ करने वाले तथा गुप्तागो के बाल साफ करने वाले साबुनो की काच के जारो मे किया जाता है तथा दाढी बनाने के लिए प्रयोग किये जाने वाले पेस्ट साबुनो को प्लास्टिक तथा धातु के लचीले टयुब्स मे पैक किया जाता है। उद्योग के काम आने वाले पेस्ट साबुन को प्राय ड्रमो और बडे–बडे डिब्बो मे भरा जाता है।[21]

(4) तरल साबुन .

सभ्यता एव सास्कृतिक विकास के साथ–साथ साबनु के रग– रुप और आकार मे परिवर्तन होता रहा है। तेजी से बदलते परिवेश और अधिक से अधिक आराम पसन्दगी के इस युग मे प्रत्येक उपभोक्ता उन वस्तुओ का प्रयोग करना चाहता है। जो प्रयोग मे आसानी के साथ शीघ्र–अतिशीघ्र अपना प्रभाव दर्ज करा सके। उपभोक्ताओ की आराम पसन्दगी तथा विलासिता पूर्ण जीवन–यापन की महत्वकाक्षा का परिणाम है कि टिकिया साबुन से डिटर्जेन्ट्स पाउडर्स और इसके बाद तरल साबुन का रुप प्रदान किया। तरल साबुन की लोकप्रियता इसका आसानी से उपयोग तथा विशिष्ट गुणवत्ता युक्त होता है।

तरल साबुनो का निर्माण मुख्यतया राष्ट्रीय स्तर के बडे–बडे सौन्दर्य प्रसाधन और साबुन निर्माताओ द्वारा किया जा रहा है तथा कुछ छोटे और मध्यम स्तर के

---

21 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-35, 36

साबुन निर्माता भी बहुत अल्प मात्रा तरल साबुन का निर्माण कर रहे है।

विशिष्ट गुणवत्ता एव उपयोग वाले प्रमुख साबुन

तेल एव चर्बी का क्षारो द्वारा जल अपघटन करने पर वसा अम्लो के लवण प्राप्त होते है। यह अभिक्रिया साबुनीकरण कहलाती है। उच्च वसीय अम्लो– स्टिएरिक, पामीटिक, ओलिइक अम्ल आदि के सोडियम और पोटैशियम लवण साबुन कहलाते है। वसीय अम्लो के सोडियम लवण कठोर होते है। इसलिए इन्हे कठोर साबुन कहा जाता है तथा पोटैशियम लवण मुलायम होते है । इसलिए ये मुलायम साबुन कहलाते है।[22]

साबुन मे अधिकाशत सुअर की चर्बी, गाय की चर्बी, भैस की चर्बी, महुए का तेल, नारियल का तेल, मूगफली का तेल, अण्डी का तेल, नीम का तेल तथा अन्य बहुत से खाद्य एव अखाद्य तेलो का साबुनीकरण किया जाता है। प्राय विशिष्ट गुणवत्ता युक्त एव अलग–अलग उपयोग के साबुन बनाये जाते है तथा उनका उपयोग किया जाता है।

(1) नहाने का साबुन

नहाने का साबुन ठण्डी, अर्द्व गर्म, एव पूर्ण उबाल विधियो मे से किसी भी विधि से बनाया जा सकता है। साधारण कम मूल्य का साबुन ठण्डी एव अर्द्व गर्म विधि से बनाये जा सकते है। परन्तु उच्च गुणवत्ता एव अधिक मूल्य के साबुन पूर्ण उबाल विधि से ही बनाये जा सकते है। स्नान के विविध साबुनो को बनाने की तकनीक भिन्न–भिन्न है।

(2) कपडा साफ करने का साबुन

स्नान के साबुन की भाति कपडा साफ करने का साबुन भी ठण्डी, अर्द्वगर्म एव

---

22 **खन्ना, जे०के०, बाउन्ट्रा, आर०के०, खन्ना, आर०के०, भौतिक तथा कार्बनिक रसायन, वर्ष 1990, पृष्ठ 823 ।**

पूर्ण उबाल विधियो मे से किसी भी विधि से बनाया जा सकता है। ठण्डी एव अर्द्व गर्म विधि से साबुन बनाते समय तेलो और कास्टिक सोडे की लाई के साथ बडी मात्रा मे सोडियम सिलीफेट तथा सोप स्टोन काप्रयोग किया जाता है। उच्च्च गुणवत्ता के साबुन पूर्ण उबाल विधि से कई बार फाडकर बनाये ।

(3) जीवाणु नाशक साबुन .

जीवाणु नाशक साबुन कार्बोलिक एसिड तथा नीम के तेल को रगहीन एव गन्धहीन करके बनाया जाता है।

(4) औषधीय गुणों से युक्त साबुन :

औषधीय गुणो से युक्त साबुनो का निर्माण प्राय सौन्दर्य प्रसाधन निर्माता सस्थानो द्वारा किया जाता है। इसका क्षेत्र अत्यन्त विस्तृत, निरन्तर विकास मान, नित्य परिवर्तशील और विविधता पूर्ण है। इस प्रकार का साबुन बनाने के लिए रेसनसिन, सलो साइलिक एसिड, जिक आक्साइड, गन्धक मारगोसा आयल, सखिया सफेद, आयोडिन, गुलथेरिया आयल, एथरासोल, सुहागा, बोरिक एसिड, बेजोइक एसिड, फीनोल, नेप थोल, मुश्क काफूर तेल, जमाल घोटा, क्रीजोट आयल, लौग का तेल तथा दाल चीनी का तेल आदि औषधीय रसायनो का आवश्यकतानुसार उपयोग किया जा सकता है।[23]

(5) पारदर्शक साबुन :

इस प्रकार का साबुन बनाने के लिए साधारण साबुन की चिप्स मशीन से काटी जाती है। इन चिप्सो को सुखाकर डिस्टलिग नामक यत्र मे डाल कर एल्कोहल मिलाकर धीमी ऑच मे गर्म कर दोनो को घोटते है। पूरी तरह घुल जाने पर दूसरे

23 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-167

बर्तन मे पलट देते है और जो गाढा साबनु नीचे बच जाता है, उसे जमने के लिए साचे मे भर दिया जाता है, जमने के बाद टिकिया काटने के 3 से 4 दिन मे पानी तथा एल्कोहल उड जाता है और पूर्ण तथा पारदर्शी साबुन तैयार हो जाता है। ये साबुन पारदर्शी एव ग्लिसरीन युक्त होने के कारण सौन्दर्य प्रिय महिलाओ तथा नवयुवको को बहुत पसन्द होता है।[24]

(6) शैम्पू :

शैम्पू बनाने के लिए प्रमुखत नारियल का तेल, जैतून का तेल, अण्डी का तेल, आदि के साथ कास्टिक पोटाश का उपयोग किया जाता है।

(7) बाल सफा साबुन :

बाल सफा साबुन का उद्देश्य मैल हटाना तथा झाग बनाना न होकर बालो की जडो को कमजोर कर उन्हे उखाडना होता है। यह कार्य सोडियम हाइड्रो सल्फाइड, बैरियम सल्फाइड एव स्ट्रान्सियम सल्फाइड आदि मिलाए गये रसायन करते है।

(8) दाढ़ी बनाने का साबुन :

दाढी बनाने का साबुन एव क्रीम का उपयोग बहु प्रचलित है। ये साबुन प्राय बीच मे गहरे गड्डे युक्त गोलाकर टिकिया, लम्बी मोटी गोल स्टिक्स तथा पेस्ट के रुपो मे तैयार किये जाते है।

(9) डिटरजेण्ट पाउडर :

डिटर्जेण्ट का आशय सश्लेषित शोधक पदार्थो के रुप मे प्रयोग किये जाने वाले साबुन तथा अन्य शोध्य पदार्थो से लगाया जाता है। सामान्य साबुन कठोर जल मे कम झाग देते है। कृत्रिम साबुन कठोर जल एव मृदु जल दोनो के साथ समान रुप से

---

24 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-175

झाग देते है, का उपयोग किया जा रहा है।[25] कृत्रिम साबुन मे सोडियम लरिल सल्फेट एक महत्वपूर्ण डिटरजेण्ट है।

नारियल का तेल जब सोडियम तथा एथिल एल्कोहल के साथ अपचयित किया जाता है। तब ग्लिसराल तथा उच्च अणुभार वाले एल्कोहल का मिश्रण प्राप्त होता है। मिश्रण मे लरिल एल्कोहल सबसे अधिक मात्रा मे पाया जाता है। इस लरिल एल्कोहल को सान्द्र सल्फ्यूरिक अम्ल से अभिक्रिया कराने पर लरिल सल्फ्यूरिक अम्ल बनता है। इस अम्ल की अभिक्रिया सोडियम हाईड्राक्साइड के साथ कराने पर कृत्रिम साबुन सोडियम लरिल सल्फेट प्राप्त होता है। इस कृत्रिम साबुन मे सोडियम सल्फेट मिला देने पर शोधन क्रिया बढ जाती है।[26]

साबुन तथा डिटर्जेट का उत्पादन

साबुन तथा डिटर्जेट का चलन सामान्य जीवन स्तर के मापदण्डो मे से एक माना जाता है। जिन देशो मे जीवन स्तर ऊचा है। वहा साबुन और डिटरजेण्ट की खपत अधिक है। प्रमुख देशो मे प्रति व्यक्ति वार्षिक उत्पादन इस प्रकार है।

तालिका 4.1-प्रमुख देशों मे प्रति व्यक्ति वार्षिक उत्पादन वर्ष 1982

देश	समस्त साबुन किलोग्राम	समस्त डिटर्जेट किलोग्राम	कुल मात्रा किलोग्राम
अमेरिका	2 5	22 5	25 0
ब्रिटेन	3.3	16 3	19.6
पश्चिमी जर्मनी	2 1	18 6	20 7
भारत	1 3	6 2	7 5

स्रोत योजना अक 16 से 30 सितम्बर 1990

---

25 राज नियुक्त मुद्रक एवं प्रकाशक, उत्तर प्रदेश सरकार, विज्ञान दो,वर्ष 1989, पृष्ठ 460

26 हिन्दी मासिक पत्रिका, प्रतियोगिता दर्पण, अक अप्रैल 1990, पृष्ठ 933 ।

इन आकडो से स्पष्ट है कि भारत मे साबुन एव डिटरजेण्ट का उत्पादन एव खपत अन्य देशो की तुलना मे कम है। अमेरिका सर्वाधिक 25 किलोग्राम है। जबकि भारत मे मात्र 7 5 किलोग्राम प्रति व्यक्ति उत्पादन है।

तालिका 4.2-देश मे साबुन एवं डिटर्जेन्ट का कुल उत्पादन वार्षिक

वर्ष	साबुन का कुल उत्पादन (टन मे)	डिटरजेन्ट का कुल उत्पादन (टन मे)
1	**2**	**3**
1987	470000	172000
1988	368749	182865
1990	427076	247407
1991	435400	453791
1992	381772	369260
1993	340336	307738
1994	335125	309738
1995	388287	452316
1996	1250000	2000000
1997	1240000	2400000
1998	1250000	2400000
1999	1280000	2600000

स्रोत 1 - सूचना एव प्रकाशन विभाग, भारत सरकार द्वारा प्रकाशित, 'भारत' से विभिन्न वर्षो का सकलन एव अन्तिम आकडा वर्ष 2002 मे प्रकाशित भारत, पृष्ठ, 564

2- इण्डियन स्टेटिकल्स सब्सटैक्स वर्ष 1997-98

तालिका 4 2 मे प्राप्त आकडे साबुन एव डिटर्जेट के कुल उत्पादन को प्रकट करते है। जिसमे असगठित एव सगठित दोनो क्षेत्रो द्वारा उत्पादित कुल साबुन एव डिटरजेण्ट सम्मिलित है। प्राप्त आकडो से स्पष्ट होता है कि कुल उत्पादन की मात्रा मे काफी उतार–चढाव का क्रम जारी रहा तथा अन्तिम तीन वर्षो मे साबुन का कुल उत्पादन पिछले वर्षो की तुलना मे लगभग तीन गुना हो गया है। जबकि डिटरजेण्ट का उत्पादन लगभग 13 से 14 गुना अधिक हो गया है। वर्ष 1987 मे साबुन का उत्पादन 470000 टन तथा डिटरजेण्ट का उत्पादन 172000 टन था जो बढ वर्ष 1998 मे 1250000 टन साबुन तथा 2400000 टन डिटरजेण्ट का उत्पादन हुआ इस प्रकार 11 वर्षो मे साबुन एव डिटरजेण्ट के उत्पादन मे अत्यधिक वृद्धि हुई। डिटरजेण्ट का 90 प्रतिशत उत्पादन असगठित क्षेत्र द्वारा किया जा रहा है। वर्ष 1987 मे सगठित क्षेत्र की 48 इकाईया साबुन बनाने तथा 21 इकाईया डिटरजेण्ट का उत्पादन कर रही थी वर्ष 1998 मे सगठित क्षेत्र की 61 इकाईया साबुन बनाने तथा 26 इकाईया डिटर्जेट का उत्पादन कर रही है। वर्ष 1999 मे कुल साबुन का उत्पादन 12 लाख 80 हजार टन तथा डिटरजेण्ट का कुल उत्पादन 26 लाख टन हुआ ।

साबुन तथा डिटरजेण्ट का प्रति व्यक्ति उपभोग

बढती हुई जनसख्या और क्रय शक्ति तथा जीवन की आधुनिकता के साथ धुलाई सामग्री की माग बढती जा रही है। नगरीय करण एव बढती हुई सावधानियो तथा अन्य अनुकूल कारको के आधार पर वर्ष 1960 से 1980 तक प्रति व्यक्ति साबुन एव सश्लेषित शोध्य पदार्थ की खपत विश्व के महाद्वीपो मे भिन्न–भिन्न रही है।[27]

---

27 परशुराम, के०एस०, टाटा मैग्रा हिल्स द्वारा प्रकाशित, सोप एण्ड डिटरजेण्टस्, वर्ष 1999, पृष्ठ 5

तालिका 4.3-विश्व मे साबुन एव डिटरजेण्ट का प्रति व्यक्ति उपभोग

वर्ष 1960 से 1980 (वार्षिक किलोग्राम)

महाद्वीप	1960	1970	1980
पश्चिमी युरोप	9 7	13 8	18 9
पूर्वी युरोप	6 5	6 5	8 6
उत्तरी अमेरिका	12 8	20 2	30 1
अमेरिका केन्द्रीय	4 1	6 9	7 8
दक्षिणी अमेरिका	4 6	4 7	7.8
अफ्रीका	2 3	2 3	3.2
एशिया	1 0	1.2	2 1
विश्व औसत	3 8	4.6	6.3
भारत	0 99	1 2	1.6

स्रोत - परशुराम के०एस०, टाटा मैग्रा हिल्स द्वारा प्रकाशित सोप एण्ड डिटर्जेन्ट वर्ष 1999, पृष्ठ 5

विश्व मे साबुन एव सश्लेषित शोधक पदार्थ का प्रति व्यक्ति उपभोग वर्ष 1992 मे 9 किलोग्राम था जबकि भारत मे 2 4 किलोग्राम रहा था।

साबुन तथा डिटरजेण्ट की अनुमानित माग

देश मे हाल के वर्षो मे साबुन तथा सश्लेषित शोधक पदार्थ का उत्पादन लगभग 12 5 लाख टन साबुन तथा 24 लाखटन सश्लेषित शोध्य पदार्थ हुआ सम्पूर्ण साबुन के बाजार मे साबुन एवं डिटर्जेण्ट की माग का अनुपात लगभग 40:60 है। आगामी वर्षो मे साबुन एव सश्लेषित शोध्य पदार्थ की अनुमानित माग इस प्रकार है।[28]

---

28 परशुराम, के०एस०, सोप एण्ड डिटरजेण्टस् , पृष्ठ 5

तालिका 4.4-साबुन तथा डिटरजेण्ट की अनुमानित मॉग

वर्ष	डिटरजेण्ट मिलियन टन	साबुन (मिलियन टन)	कुल योग (मिलियन टन)
1992	1 43	0 95	2.38
1993	1 57	0 98	2.58
1994	1 73	1 01	2 74
1995	1 91	1 03	2 94
2000	2 93	1 25	4 18

स्रोत - आठवीं पचवर्षीय योजना मे सकलित साख्यिकीय आकडो के आधार पर अनुमानित किया गया।

साबुन एव डिटर्जेट का प्रयोग न केवल नहाने, बाल धुलने, कपडा साफ करने, बर्तन साफ करने तथा टायलेट साफ करने मे होता है बल्कि इसका उपयोग टैक्सटाइल एव इजीनियरिग उद्योग मे भी किया जाता है। नि सदेह साबुन का उत्पादन अन्य औद्योगिक क्षेत्रो की प्रगति के साथ जुडा हुआ है। वर्तमान स्थिति को देखते हुए यह अनुमन लगाया जा सकता है। कि भविष्य मे भारत मे भी साबुन एव डिटरजेण्ट के खपत मे अत्यधिक बढोत्तरी होने की सभावना है।[29] साबुन एव डिटरजेण्ट की माग वर्ष 1990 मे 1 91 मिलियन टन थी जो वर्ष 2000 तक बढकर लगभग 4 18 मिलियन टन हो गयी। आगामी भविष्य मे यह अनुमान लगाया गया है कि आगामी 10 वर्षो मे अर्थात् 2010 तक 10 54 मिलियन टन साबुन एव डिटर्जेट की माग प्रतिवर्ष होगी।[30]

---

29 **भारत सरकार, सूचना एव प्रसारण मत्रलाय प्रकाशन विभाग योजना अक, 16 से 30 सतम्बर वर्ष 1990, पृष्ठ 11**

30 **परशुराम के०एस०, टाटा मैग्रा हिल्स द्वारा प्रकाशित, सोप एण्ड डिटरजेण्टस्, पृष्ठ-5**

साबुन तथा डिटर्जेण्ट उद्योग की उपयोगिता :

साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग की उपयोगिता पर यदि गहराई से विश्लेषण करे तो उत्पादन से लेकर उत्पाद तक कई बिन्दू उभरकर सामने आते है। जहॉ एक ओर साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग असगठित क्षेत्र मे युवको को स्थानीय स्तर पर रोजगार उपलब्ध कराता है। वही दूसरी तरफ जीव एव विभिन्न वनस्पतियो के अवशिष्ट पदार्थो का उपयोग भी अपने मे समाहित करता है। पुन इस उद्योग के उत्पाद के उपयोगिता के सदर्भ मे अधिक कुछ कहने की आवश्यकता प्रतीत नही होती है। ऐसा इसलिये क्येाकि व्यक्ति की प्रात कालीन दिनचर्या ही साबुन से प्रारम्भ होती है तथा रात मे सोने के पूर्व तक विभिन्न पहलुओ मे इसका उपयोग होता रहता है। साबुन एव डिटर्जेण्ट की उपयोगिता अभी अपने निरन्तर विकास क्रम मे है। जिस प्रकार से जीवन की विभिन्न परिस्थितिया सामाजिक एव आर्थिक पहलुओ से अछूती नही है ठीक उसी प्रकार साबुन एव उसके विविध उत्पाद की उपयोगिता भी सामाजिक एव आर्थिक पहलुओ पर निर्भर करती है। वर्तमान आर्थिक एव सामाजिक दृष्टिकोण से साबुन एव विविध उत्पाद के उपयोग के सदर्भ मे उपभोक्ताओ को निम्न श्रेणियो मे विभक्त किया जा सकता है।

(क) उच्च श्रेणी के उपभोक्ता

इस उपभोक्ता श्रेणी के अन्तर्गत ऐसे लोग आते है। जिनका दृष्टिकोण एव रहन–सहन अन्य सामाजिक एव आर्थिक स्थिति वाले वर्ग की तुलना मे अधिक परिष्कृत होता है। जिसके कारण वे अपने सामाजिक एव आर्थिक स्तर को दृष्टगत रखते हुए अपने उपभोग की वस्तुओ को भी गुणवत्ता और कीमत के आधार निर्धारित करते है वस्तुत ऐसा कुछ साबुन एव डिटर्जेण्ट तथा इसके विविध उत्पाद के साथ भी हुआ। इस वर्ग के उपभोक्ताओ द्वारा अधिकाशत उच्च गुणवत्ता एव ऊॅची कीमत के साबुन एव डिटर्जेण्ट का उपयोग किया जाता है। यथा नहाने का साबुन डव, पीयर्स, पॉण्डस,

लक्स इन्टरनेशनल, लेसासी, धुलाई के साबुन एव डिटर्जेण्ट मे एरियल पाउडर, एरियल साबुन, रिन पाउडर, रिनकेक, हार्पिक टायलेट क्लीनर, विम अल्ट्रा, रसायनिक एव हरबल शैम्पू मे पाण्डस, ओल्ड स्पाइस, पामोलिव पेन्टीन, हेड एण्ड सोल्डरस, आदि का प्रचार एव प्रसार तत्र के माध्यम से उपयोग मे उत्तरोत्तर वृद्धि होती जा रही है।

(ख) मध्यम श्रेणी के उपभोक्ता

इस वर्ग के उपभोक्ता प्राय अपने पूर्ववर्ती एव उत्तरवर्ती श्रेणियो का अनुकरण कर सामाजिक दृष्टि से उच्च वर्ग के समान्तर एव आर्थिक दृष्टि से निम्न वर्ग को भी स्पर्श करते है। इस प्रकार इस वर्ग के उपभोक्ताओ की मानसिक प्रवृत्ति द्धन्द से ग्रसित होती है और वे सदैव अपनी सामाजिक एव आर्थिक स्थिति के अनुसार अपने उपयोग एव उपभोग की वस्तु का चयन करते है और मध्य मार्ग का अनुसरण करके गुणवत्ता एव कीमत मे सामजस्य स्थापित करते हुए अपना निर्वाह करते है। साबुन एव डिटर्जेण्ट के उपयोग के सम्बन्ध मे भी इसी प्रवृत्ति का अनुकरण करते है।

(ग) निम्न श्रेणी के उपभोक्ता

प्राय इस वर्ग के उपभोक्ताओ की मानसिक स्थिति ऐसी नही होती है कि ये उच्च वर्ग एव मध्यम वर्ग की तरह जीवन यापन करना ही नही चाहते बल्कि यह इनकी आर्थिक स्थिति पर बहुत कुछ निर्भर करता है। जिससे इनकी उपयोग एव उपभोग की वस्तुओ मे मानव निर्मित उत्पादो के साथ–साथ प्राकृतिक ससाधनो का प्रत्यक्षत प्रयोग होता रहता है। सामान्यत इस वर्ग द्वारा साबुन एव डिटर्जेण्ट का उपभोग असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत सचालित लघु, कुटीर एव ग्रामोद्योग के उत्पाद को पर्याप्त महत्व देते है। जिसका मूल इनकी आर्थिक स्थिति है। यही कारण है कि ये प्राचीन परम्पराओ से प्राप्य प्राकृतिक वस्तुओ (यथा– दही, बेसन, चोकर, एव कुछ वनस्पतियो की जडे, पत्ती, तथा छाल) का धुलाई एव सफाई प्रयोजन हेतू कुछ मात्रा मे प्रयोग करते है।

साबुन एव डिटर्जेट उद्योग का दुष्प्रभाव

जैसा कि विदित है कि साबुन व साबुन उद्योग का उद्देश्य ही शारीरिक एव अलकारिक स्वच्छता है। परन्तु इसका दुष्प्रभाव भी उद्देश्य से कम नही है। एक तरफ तो यह त्वचीय जीवाणुओ को नष्ट करता है तथा दूसरी तरफ चर्म रेाग का कारण भी बनता है एव त्वचा की परत को भी छति पहुचाता है साथ ही साबुन एव डिटर्जेण्ट की झाग से जल प्रदूषण होता है। जिससे जल मे अपशिष्ट पदार्थो को नष्ट करने वाले जीव जन्तुओ का विनाश होता है।

साबुन एव डिटर्जेण्ट के साथ साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग भी कम हानिकारक नही है। क्येाकि इसमे ईधन के रुप मे प्रयुक्त लकडी कुछ सीमा तक हरित गृह प्रभाव का कारण बनती है तथा जन्तु वसा के पिघलाने जाने से भी वायु प्रदूषण फैलता है और कारखाने से निकलने वाले अपवर्ज्य पदार्थ घरेलू कचरे भी मृदा प्रदूषण का कारण बनते है।

साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग के दुष्प्रभावो को कतिपय बिन्दुओ को ध्यान रखते हुए कुछ सीमा तक कम अवश्य किया जा सकता है। साबुन उद्योग मे प्रयुक्त उच्च्य शक्ति के रसायनो (यथा–कास्टिक, ग्लिसराल एव सोडियम) का उपयोग कम से कम मात्रा मे किया जाना चाहिए, तथा प्राकृतिक ससाधनो पर निर्भर होना चाहिए। सरकार को चाहिए कि वैज्ञानिक शोधो के माध्यम से ऐसी युक्ति विकसित कराये जिससे त्वचीय एव चर्म रोगो के बढते प्रकोप को कम करने मे सहायक हो सके।

साबुन उद्योग के कारखानो को यथा सम्भव आवासीय क्षेत्र से पृथक रखना समीचीन होगा साथ ही शासन द्वारा प्रदूषण नियन्तत्रण बोर्ड के माध्यम से उत्पादक वर्ग को सुझाव एव प्रशिक्षण के माध्यम से अधिकाधिक साधन उपलब्ध कराया जाय जिससे

पर्यावरण प्रदूषण को कम किया जा सके। उत्पादक वर्ग को चाहिए कि वे कार्बन निष्काषित करने वाले ईधन के स्थान पर अन्य ईधन प्रयुक्त करे।

उत्पादक वर्ग द्वारा अपने उत्पाद के आवरण पर "वैधानिक चेतावनी" शीर्षक अकित कर यह सुझाव दिया जाना चाहिए कि उपभोक्ता वर्ग कम उपयोग के माध्यम से त्वचीय रोग तथा सार्वजनिक स्नान घाटो , धोबी घाटो, खुले कुए एव नदियो मे साबुन एव डिटर्जेण्ट का उपयोग न करे। जिससे जल प्रदूषण को भी कुछ सीमा तक नियन्त्रित किया जा सकता है साथ ही शासकीय सहयोग के माध्यम से घरेलू अपवर्ज्य पदार्थो के एकत्रीकरण हेतू जल कुड का निर्माण कर मृदा प्रदूषण एव जीव जन्तुओ (जो अपवर्ज्य जल के पीने द्वारा) की आप्राकृतिक मृत्यु पर भी नियन्त्रण पाया जा सकता है।

साबुन एव डिटर्जेण्ट की समस्या एव समाधान ·

वस्तुत साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग अधिकाधिक मात्रा मे अब तक असगठित क्षेत्र मे फला फूला कम से कम लागत से इस उद्योग का प्रारम्भ हो जाता रहा है। क्योकि आवश्यक कच्चा माल ग्रामीण परिवेशो मे सामान्य कीमत पर उपलब्ध होता रहा है। पिछले कुछ दशक पूर्व से सगठित क्षेत्र के इस उद्योग मे सलग्न होने से इसके विकास को गति मिली। इसके बावजूद भी साबुन उद्योग को अभी भी विभिन्न प्रकार की समस्याओ का सामना करना पड रहा है।

1 ***कच्चे माल की समस्या :***

साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग के लिए मुख्य कच्चा पदार्थ, खाद्य अखाद्य तेल, वसा, विविध रसायनिक पदार्थ (कास्टिक, सोडा, सोडा एश ग्लिसराल, सल्फ्यूरिक एसिड, एसीटिक एसिड आदि) ईधन के रुप मे लकडी आदि है। इन कच्चे पदार्थो का उपयेाग विभिन्न प्रकार के उद्योगो मे होने के कारण साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग को

उचित समय पर समुचित मात्रा मे उपलब्ध नही हो पाता है। फलत औद्योगिक इकाई अपनी उत्पादन क्षमता को पूरा करने मे असमर्थ रहती है।

इस समस्या के समाधान हेतू खाद्य तेल एव वसा की कमी को पूरा करने के लिए अखाद्य तेलो का उपयोग करना चाहिए। विविध रसायनिक पदार्थो के उत्पादन मे वृद्धि कर एक निश्चित मात्रा इस उद्योग के लिए उपयोग का निर्धारण किया जाना चाहिए, ईधन के रुप मे लकडी के स्थान पर एल०पी०जी० गैसे या विद्युत के उपयोग को बढावा दिया जाना चाहिए। एल०पी०जी० एव विद्युत के उपयोग से पर्यावरण प्रदूषण की समस्या को कम किया जा सकता है।

2 क्षमता के अपूर्ण उपयोग की समस्या ·

इस उद्योग के समक्ष उत्पादन क्षमता के अल्प उपयोग की समस्या विद्यमान है। कच्चे माल की कमी, कुशल एव प्रशिक्षित श्रमिको की कमी वित्त एव आधुनिकी करण की समस्या तथा शासकीय कार्य प्रणाली मे व्याप्त जटिलता आदि के कारण असगठित एव रागठित क्षेत्र के अन्तर्गत स्थापित औद्योगिक इकाईया अपनी निर्धारित उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग नही कर पा रही है जिसके कारण उनकी उत्पादन लागत मे वृद्धि होती है।

इस समस्या के निवारण हेतू कार्यरत औद्योगिक इकाईयो को सर्वप्रथम शासकीय कार्य प्रणाली मे व्याप्त जटिलताओ को दूर कर विविध वित्तीय योजनाओ के द्वारा वित्तीय सुविधाए प्रदान करना चाहिए तथा इन इकाईयो को आधुनिक तकनीक का उपयोग करने एव नवीनीकरण हेतू प्रोत्साहित करना चाहिए।

3. प्रशिक्षित श्रमिकों का अभाव :

देश मे आज भी उच्च तकनीकी विशेषज्ञो एव रसायनिक प्रयोगशालाए सीमित

मात्रा मे उपलब्ध है। जिसके कारण साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग क्षेत्र मे कुशल प्रशिक्षित एव तकनीकी श्रमिको के कमी की समस्या विद्यमान रहती है। फलस्वरुप औद्योगिक इकाईया अपनी उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग नही कर पाती है।

उद्योग क्षेत्र मे औद्योगिक इकाइयो की इस समस्या के समाधान करने के लिए सरकार द्वारा जिला उद्योग केन्द्रो, औद्योगिक प्रशिक्षण केन्द्रो, अनुसधान केन्द्रो तथा प्रयोगशालाओ के माध्यम से अधिकाधिक सख्या मे व्यक्तियो को प्रशिक्षण का समुचित अवसर उपलब्ध कराना चाहिए।

4 *अनार्थिक इकाईयों की समस्या .*

पिछले कुछ वर्षो मे भारतीय पटल पर साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग से सम्बन्धित सगठित एव असगठित औद्योगिक क्षेत्र मे औद्योगिक रुग्णता की समस्या विकराल रुप धारण कर रही है। यह औद्योगिक रुग्णता न केवल मालिको एव कर्मचारियो को प्रभावित करती है, बल्कि सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था एव समाज को प्रभावित करती है इससे उपलब्ध प्राकृतिक एव राष्ट्रीय ससाधनो का दुरुपयोग होता है।

इसलिए रुग्णता की समस्या के निदानार्थ समुचित उपायो पर ध्यान देने के साथ औद्योगिक रुग्णता के सभी पहलुओ यथा –इसके कारणो की गहनता एव अब तक पुनरुद्धार सम्बन्धी उठाये गये कदमो का विश्लेषण करना आवश्यक है। औद्योगिक इकाई को रुग्णता से बचाने के लिए समय पर समुचित सहायता प्रदान की जानी चाहिए। यदि सम्भव हो तो रुग्ण इकाई को स्वस्थ इकाई मे सविलयन कर दिया जाना चाहिए तथा सरकार द्वारा रुग्ण इकाई का प्रबन्ध अपने हाथ मे ले लेना चाहिए।

5. *क्षेत्रीय विषमता की समस्या :*

साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग की महत्वपूर्ण समस्या क्षेत्रीय असतुलन की है।

जिसके कारण राज्यीय एव अतर्राज्जीय कर की समस्या, तथा परिवहन की समस्या विद्यमान रहती है। उत्पाद को उपभोक्ता तक पहुचाने मे विभिन्न प्रकार की वाणिज्यिक जटिलताओ का सामना करना पडता है। उपभोक्ताओ की आवश्यकता के अनुरुप उत्पाद की आपूर्ति नही हो पाती है।

सरकार द्वारा इस समस्या के समाधान के लिए साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग के उत्पाद पर राज्य स्तरीय एव अतर्राज्यीय कर मे छूट तथा व्यापारिक, वाणिज्यिक क्रियाओ मे व्याप्त जटिलताओ को समाप्त कर समुचित परिवहन सुविधाए प्रदान करना चाहिए। नई औद्योगिक इकाई की स्थापना, औद्योगिक दृष्टि से पिछडे इलाको मे औद्योगिक बस्ती का निर्माण करना चाहिए।

6. परिवहन की समस्या ·

यद्यपि परिवहन औद्योगिक विकास का एक महत्वपूर्ण घटक होता है। इसलिए साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग मे भी परिवहन की सुविधा पर विचार करना प्रसगानुकूल होगा। भारत गावो का देश है। साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग अभी भी बहुतायत सुदूर ग्रामीण क्षेत्रो मे स्थापित है। मार्गो की जटिलता परिवहन मे बाधक है बिना इसकी समुचित व्यवस्था के कच्चे माल की उपलब्धता एव विपणन व्यवस्था सुचारु रुप से सचालित नही हो पाती है। फलत उद्योग अपने वाछित लक्ष्य को पाने मे असमर्थ साबित होते है।

साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग के निर्माण स्थलो को सडक एव रेल पटरियो के द्वारा सम्पर्क मार्गो से जोडकर परिवहन की समस्या से निपटा जा सकता है। जिससे साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग अपने लक्ष्य को प्राप्त करने मे काफी हद तक समर्थ हो सकते है।

साबुन एव डिटर्जेट उद्योग की वर्तमान स्थिति

वर्तमान औद्योगिकरण के सदर्भ मे साबुन एव सश्लेषित शोध्य पदार्थो का उत्पादन असगठित एव सगठित दोनो क्षेत्रो द्वारा किया जा रहा है । इस क्षेत्र मे असगठित तथा सगठित दोनो औद्योगिक क्षेत्रो के सम्मिलित होने के कारण इसका क्षेत्र विस्तृत हो गया तथा उत्पादन बडे पैमाने पर हो रहा है। परन्तु अभी भी इसकी माग और खपत को देखते हुए उत्पादन पर्याप्त नही है और इस उद्योग का भविष्य अत्यन्त उज्ज्वल माना जा सकता है।

असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत लघु, कुटीर, एव ग्रामोद्योग द्वारा कपडा धोने का साबुन तथा डिटर्जेण्ट पाउडर का उत्पादन इसके कुल उत्पादन का लगभग 90 प्रतिशत किया जा रहा है परन्तु नहाने का और सौन्दर्य युक्त सुगन्धित साबुनो का उत्पादन न के बराबर किया जाता है। आज देश मे सगठित क्षेत्र की विभिन्न राष्ट्रीय एव बहुराष्ट्रीय कम्पनियेा द्वारा विविध प्रकार के साबुन, डिटरजेन्ट एव शैम्पू का उत्पादन बडी मात्रा मे किया जा रहा है। राष्ट्रीय कम्पनियो के कुछ प्रमुख नहाने के सुगन्धित साबुन एव शैम्पू उत्पाद इस प्रकार है, जैसे–चन्दन, चन्द्रिका, कुटीर, होमो कोल, ससार गोल्ड मिस्ट, सनम, जैस्मोन, केश निखार, सन्दल नन्दन, स्वास्तिक, कुमकुम, निरमाबॉथ, पिन्स, रलक, स्नेह हिमारी (ग्लिसरीन) मैसूर (सन्दल), जय, खस नीम, कार्बोलिक, शिकाकाई, रोज, मार्गो, अफगान ब्यूटी, चित्रलेखा, कस्तूरी मोती, वन श्री, वृन्दा, सन्तूर, विजिल, गगा, गोदरेज, क्लासिक, नेचर केयर शैम्पू, स्वास्तिक शैम्पू, अफगान नेचुरल शैम्पू, आर्निका शैम्पू, हेयर केयर शैम्पू, बेलवेट, डाबर, अलिकेश, मेघदूत शैम्पू आदि।

राष्ट्रीय कम्पनियो द्वारा डिटरजेण्ट एव कपडा साफ करने, बर्तन धुलने तथा टायलेट साफ करने के लिए कुछ प्रमुख उत्पादित ब्राण्ड इस प्रकार है। जैसे –निरमा टिकिया, निरमा पाउडर, डाक्टर, फेना, प्लस, सासा, डेट, डाट हिपोलीन, धारा,

सुपरफाइन, अवतार, सर्वोदय, टी–सीरिज, मनी, की, महक, स्वराजय, मीरा, घडी, नौलखा, बाबी, 501,555, 255 केक, पीताम्बरी, आधुनिक, विमल, पी०एस०एम०, एक्सपेलर (क्लीनिग पाउडर), ईगल (क्लीनिग पाउडर), सनी फ्रेशन (टायलेट क्लीनर), जेटिल, टापशॉट, ईजी, अशोक रुबी, सगम ज्योति आदि।

साबुन व डिटरजेन्ट उद्योग क्षेत्र मे अनेक बहुराष्ट्रीय कम्पनिया अपने विविध उत्पाद का निर्माण तथा विक्रय कर रही है। ये प्रमुख कम्पनिया एव उनके उत्पाद इस प्रकार है। जैसे– हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड, जॉनसन एण्ड जॉनसन लिमिटेड, पॉण्डस लिमिटेड, प्राक्टर एण्ड गैम्बल इण्डिया लिमिटेड, आई०सी०आई०, सी०एम०सी० इण्डिया लिमिटेड, शैल इण्डिया लिमिटेड, कोल फैक्स लेबौरेटरीज इण्डिया लिमिटेड, कोलगेट पामोलिव इण्डिया लिमिटेड, ज्यौफ्री मैनर्स एण्ड कम्पनी लिमिटेड आदि कम्पनियो द्वारा उत्पादित नहाने का साबुन व सुगन्धित साबुन एव शैम्पू की विभिन्न किस्म इस प्रकार है। जैसे – लक्स, लक्स सुप्रीम, लक्स इण्टरनेशनल, रेक्सोना, लिरिल, लाइफबॉय, लाइफबॉय पर्सनल, लाइफबॉय गोल्ड, ब्रीज, पियर्स ग्लिसरीन, जॉनसन (बेबी सोप), पाण्डस, क्लियरसि, डेटॉल, नीको, लेसासी, ओके, पाण्डस, शैम्पू, ओल्ड स्पाइस शैम्पू, हेलो शैम्पू, हिना शैम्पू,पामोलिव शैम्पू, क्लीनिक स्पेशल शैम्पू, क्लीनिक प्लस शैम्पू, सन्सिलक शैम्पू, क्लियरसिल शैम्पू, मेडिकेयर शैम्पू, ग्लीम शैम्पू आदि[31] बहु राष्ट्रीय कम्पनिया साबुन, डिटर्जेन्ट पाउडर्स, डिटर्जेन्ट टिकिया तथा अन्य कपडा धुलने, बर्तन धुलने, दाढी बनोन, बाल सफा करने , टायलेट साफ करने आदि साबुनो का उत्पादन कर रही है। जिसकी प्रमुख ब्राण्ड निम्न है– एरियल पाउडर, सर्फ, अल्ट्रा, रिन केक, रिनपाउडर, सनलाइट केक, सनलाइट पाउडर, व्हील केके, व्हील पाउडर, सर्फ पाउडर,

---

31 गाधी विचार एव शान्ति अध्ययन संस्थान द्वारा प्रकाशित, विदेशी सामानो के देशी विकल्प, पृष्ठ 4

चेककेक, चेक पाउडर, हारपिक टायलेट क्लीनर, बूल वाथ, विम केक, विमवार पाउडर, निप क्लीनिग पाउडर आदि साबुन की विभिन्न किस्म एव ब्राण्ड जो सगठित क्षेत्र की कम्पनियो द्वारा उत्पादित किया जा रहा है। जो उपभोक्ताओ की माग के अनुसार बाजार मे उत्पाद उपलब्ध है। साबुन उद्योग का विकास भविष्य मे अत्यधिक होने की सभावना है।

पंचम अध्याय

अध्याय-5

असंगठित क्षेत्र मे साबुन उद्योग

प्राचीन काल मे भारत अपने असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत ग्रामोद्योग, कुटीर उद्योग तथा लघु उद्योग द्वारा निर्मित वस्तुओ के लिए विश्व विख्यात था । यह कहना अतिशयोक्ति न होगा कि भारतीय विकेन्द्रीकृत अर्थव्यवस्था मे उद्योग का प्रारम्भ ही असगठित क्षेत्र मे हुआ, इस प्रकार यह माना जा सकता है कि साबुन उद्योग का प्रारम्भ भी असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत हुआ ।

सफाई के लिए प्रयुक्त किए जाने वाले पदार्थ को अपमार्जक कहते है ।[1] मानव सभ्यता की प्रारम्भिक अवस्था मे जब मानव अपने तन को ढकने के लिए शिकार किए गये पशुओ की खाल को पहनना चालू किया उस समय खाल को साफ करने के लिए नदियो और झरनो के बहते हुए स्वच्छ जल का प्रयोग किया । इस प्रकार पानी पहला मैल और गन्दगी सफाई करने वाला अपमार्जक बना ।

सभ्यता और सस्कृति के कुछ चरण व्यतीत होने के पश्चात मानव ने पशुओ के बालो एव कपास से वस्त्र बुनना एव सूत काटना सीखा साथ ही सफाई के लिए विभिन्न प्रकार की मिट्टियो और लवणो को अपमार्जक के रूप मे प्रयोग किया । कालान्तर मे क्षारीय मिट्टियो और लवणीय मिट्टियो से विभिन्न प्रकार के नमक और क्षार अलग निकाल कर प्रयोग किये जाने लगे । प्राकृतिक क्षारो को विविध प्रकार की मिट्टियो से पहली बार, कहॉ और कब शुद्ध रूप मे क्षार अलग किया गया । इसका कोई प्रमाणिक साक्ष्य तो नही मिलता परन्तु अठारहवी शताब्दी मे यह कार्य काफी बडे पैमाने पर किया जाने लगा और एक उद्योग का रूप ले लिया था ।[2]

---

1 राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसधान और प्रशिक्षण परिषद विज्ञान भाग दो, पृष्ठ , 177

2 अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटर्जेन्टस क्लीनिग पाउडर्स व एसिड स्लरी, पृष्ठ, 9

आवश्यकता ही अविष्कार की जननी है । जैसे–जैसे मानवीय सभ्यता और सस्कृति का विकास हुआ वैसे–वैसे मानवीय आवश्यकताए बढती गयी तथा अपमार्जक के रूप मे प्रयुक्त पदार्थ साबुन एव डिटर्जेन्ट कहलाये । कुछ ऐतिहासिक साक्ष्यो से ज्ञात होता है कि आज के 2000 वर्ष पूर्व साबुन एव डिटर्जेन्ट का प्रचलन रोमवासियो मे था । रोम वासियो द्वारा बकरी की चर्बी और करेन्ज की लकडी की राख से साबुन बनाया जाता था ।[3]

भारतीय सदर्भ मे ग्रामीणो एव नागरिको मे तन की सफाई के लिए स्नान से पहले उबटन लगाने की परम्परा अति प्राचीन काल से चली आ रही है । परन्तु इसका प्रयोग प्राय महिलाये ही करती थी क्योकि उबटन लगाने के लिए घन्टो का समय चाहिए । कपडो और शरीर की सफाई के लिये आसानी से प्रयोग की जाने वाली वस्तु की खोज मे वैज्ञानिक वर्षो तक लगे रहे और अन्त मे वह इस कार्य के लिए सोडे और तेल के मेल से एक विशिष्ट वस्तु बनाने मे सफल हो गये । कास्टिक सोडे, तेल और पानी को विशिष्ट प्रक्रिया से एक जगह मिलाकर तैयार किए गये । इस नये उत्पाद को साबुन का नाम दिया गया । सामाजिक परिवर्तन, औद्योगिक विकास और समय की माग के अनुरूप नहाने, कपडे धोने, और अन्य विविध कार्यो के लिए तरह–तरह के साबुन बनाये जाने लगे, आज बाजार मे सस्ते–सस्ते एव महगे से महगे साबुन चकत्तियो के रूप मे तो मिलते ही है । तरल और पाउडर के रूप मे भी बडी मात्रा मे उपलब्ध है ।[4]

साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग का क्रमिक विकास

साबुन उद्योग का प्रारम्भ असगठित क्षेत्र मे हुआ यह पूर्णतया सत्य माना जा

---

3 **हिन्दी मासिक पत्रिका प्रतियोगिता दर्पण, अक अप्रैल, 1990, पृष्ठ 933**

4 **अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ , 28**

सकता है । प्रारम्भ मे साबुन छोटे–छोटे ग्रामीणो एव नगरीय उद्यमियो द्वारा खाद्य–अखाद्य तेलो का क्षार, सोडा, एश, कास्टिक सोडा आदि के सम्मिश्रण से बनाया जाता था । देश मे आजादी के पूर्व तक यह प्रक्रिया अत्यन्त मन्द गति से होती थी । बल्कि यह कहॉ जा सकता है कि इस समय तक साबुन उद्योग औद्योगिक दृष्टि से अत्यन्त पिछडा हुआ और न के बराबर था ।

आजादी के पश्चात साबुन उद्योग के क्षेत्र मे प्रगति हुई । समय बदला और युग बदला इसी के तहत आजादी के 6 वर्ष बाद साबुन उद्योग का जन्म हुआ माना जा सकता है । जब ग्रामीणो एव नागरिको ने लोक सज्जा रेह और नोना मिट्टी को छोड कर साबुन की ओर आकर्षित होने लगे ।[5] अभी तक दूसरे देशो की तुलना मे देश मे साबुन की खपत बहुत कम होती थी । वर्ष 1954 मे देश मे प्रति व्यक्ति प्रति वर्ष साबुन की खपत मात्र 12 5 औस (छ छटाक) थी । जबकि पश्चिमी देशो मे प्रति व्यक्ति प्रति वर्ष औसतन 400 औस साबुन की खपत होती थी ।

देश मे वर्ष 1952-53 मे एक सर्वेक्षण रिर्पोट से ज्ञात हुआ कि इस वर्ष लगभग बीस लाख मन खाद्य तेल का उपयोग साबुन बनाने मे किया गया।[6] खाद्य तेलो का औद्योगिक उपयोग बढता जा रहा था, जिसे कम करने के लिए अखाद्य तेलो की ओर झुकना पडा । देश मे ऐस वन–वृक्ष बहुतायत है । जिनके फलो से ये अखाद्य तेल पैदा किये जा सकते है, जिनका पूर्णतया उपयोग साबुन उद्योग मे किया जा सकता है । यदि अखाद्य तिलहनो का सग्रहण किया जाय और उनका तेल निकाल कर साबुन उद्योग के काम मे लिया जाय तो बहुत से व्यक्तियो को रोजगार मिल सकता है, तथा जो खाद्य तेल साबुन बनाने के काम मे आते है । उनकी बचत हो सकती है और उन्हे खाने के काम मे लिया जा सकता है । वर्ष 1955-56 मे यह

---

5 समाचार पत्र दैनिक "राष्ट्रीय सहारा" 28 अप्रैल 2001

6 गुप्ता भोलानाथ, ग्रामोद्योग, पृष्ठ, 43

अनुमान लगाया गया था कि अखाद्य तिलहनो के सग्रहण मे लगभग 12 लाख व्यक्तियो को रोजगार मिला था । सग्रह किये हुए तिलहनो को पेरने के काम मे साठ हजार तथा साबुन बनाने के उद्योग मे तीस हजार व्यक्तियो को रोजगार मिला था ।

दूसरी पचवर्षीय अयोजना काल मे देश मे साबुन की औसत खपत 36 औस प्रति व्यक्ति प्रति वर्ष हो गयी तथा यह अनुमान लगाया गया था कि देश मे लगभग तीन लाख टन साबुन का उत्पादन होगा ।[7] साबुन की खपत दिनो–दिन बढती रही जिसे पूरा कर पाना एक औद्योगिक इकाई को नामुमकिन हो गया । खपत देखते हुए साबुन बनाने की औद्योगिक इकाइयॉ बढती गयी और धीरे–धीरे साबुन उद्योग पूरे देश मे फैल गया ।

साबुन आज वास्तव मे किसी एक वस्तु का नही वरन वस्तुओ के एक विस्तृत वर्ग का नाम है, जिसमे कपडे धोने और नहाने के काम आने वाले उपादानो के साथ–साथ दाढी बनाते समय लगाए जाने वाले और शरीर के विविध अगो के बाल साफ करने वाले साबुन आते ही है उद्योगो मे सफाई के लिये प्रयोग किए जाने वाले पेस्ट और डिटर्जेन्ट तक इस वर्ग के अन्तर्गत आते है ।[8]

साबुन उद्योग क्षेत्र मे क्रान्तिकारी परिवर्तन बीसवी सदी के उत्तरार्ध मे हुआ जब पेट्रोलियम के सह–उत्पाद के रूप मे अनेक ऐसे रसायन भी तैयार किये जाने लगे जो वस्त्रो की धुलाई मे काम आ सकते थे ।[9] इस वर्ग के रसायनो को कृत्रिम डिटर्जेन्ट या सिन्थेटिक डिटर्जेण्टस कहा जाता है । मात्र पच्चीस वर्ष के अन्दर ही इस वर्ग के सिन्थेटिक डिटर्जेन्टो ने धुलाई-सफाई के परम्परागत उपादानो और साबुन के बाजार

---

7 गुप्ता भोलानाथ, ग्रामोद्योग, पृष्ठ, 44

8 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ, 29

9 अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटर्जेन्टस क्लीनिग पाउडर्स व एसिड स्लरी, पृष्ठ, 10

पर इस प्रकार कब्जा जमा लिया है कि जब हम केवल डिटर्जेन्टस् शब्द का प्रयोग करते हैं तब हमारा अभिप्राय: पाय: इन सिन्थेटिक डिटरजेन्टों से होता है ।[10]

साबुन बनाने की विविधाँ :

साबुन एक चरणबद्ध निर्माण प्रक्रिया से गुजरने के बाद ही अपने अन्तिम रूप में आता है । साबुन का वास्तविक निर्माण जिस चरण में होता है । वह है तेलों के मिश्रण में तैयार कास्टिक सोडा लाई मिलाकर और उन दोनों को अच्छी तरह घोट पीसकर एक दूसरे पर क्रिया–प्रक्रिया करने के लिए अभिप्रेरित करना, साबुन निर्माण की इस प्रक्रिया में न तो विशेष दक्षता की आवश्यकता होती है न अधिक तकनीकी कौशल की न तो विशिष्ट मशीनों और उपकरणों की अनिवार्य आवश्यकता है और न ही ताप एवं विद्युत के अभाव में काम रूकता है । यह पूर्णतया श्रम आधारित मशक्कत का कार्य है ।[11] इसलिए असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों द्वारा साबुन बनाने की ठण्डी और अर्द्धगर्म विधि को अपनाया जाता है ।

ठण्डी विधि या शीत विधि :

असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा ठण्डी एवं शीत विधि का प्रयोग अधिक किया जाता है । यह विधि सबसे आसान सबसे कम उपकरणों की सहायता से सम्पन्न की जा सकने वाली और कितनी भी मात्रा मे साबुन बनाने में समर्थ है । इस विधि से तैयार साबुन को कच्चा साबुन कहते है ।

ठण्डी विधि से साबुन बनाते समय सर्वप्रथम जिन तेलों या जिस तेल मिश्रण का साबुन बनाना हो उन्हें साफ कड़ाही मे डालकर आपस में अच्छी तरह मिला लेना

---

10. **अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटर्जेन्टस क्लीनिंग पाउडर्स व एसिड स्लरी, पृष्ठ, 11,12**
11. **अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ , 115**

चाहिए। यदि इनमे से कोई तेल जमा हुआ हो तो उसे धीमी आच पर पिघला लेना चाहिए परन्तु पिघलाते समय तेल का तापमान 40 अश सेण्टीग्रेड (40^0C) के आसपास रहे और 45 अश सेण्टीग्रेड (45^0C) से अधिक न होने पाये । जब तेल आपस मे अच्छी तरह मिल जाये तो भर्ती के पदार्थ के रूप मे इनके मिश्रण को सोप स्टोन पाउडर की मिलावट भी की जा सकती है । सम्पूर्ण मिश्रण को अच्छी तरह मिलाया जाता है ताकि यह सोप स्टोन पाउडर सारे तेल मिश्रण मे समान रूप से घुल–मिल जाय यदि इसमे कोई डली या गुठली सी बगैर घुली रह जाय तो उसे हाथ से टटोल कर बाहर फेक दे, अब कास्टिक सोडा की पहले से तैयार लाई को तेल व सोप स्टोन के मिश्रण मे एक धार से डालकर किसी मस्सद इत्यादि से अच्छी तरह घोटते रहते है। तेलो व लाई को परस्पर मिलाने से साबुनीकरण प्रक्रिया सम्पन्न होनी शुरू होती है और यह मिश्रण अच्छा गाढा और एक जान हो जाता है । इसे फ्रेम मे जमने के लिए भरकर ऊपर से कोई बोरी या कम्बल के टुकडे से ढक देते है, ताकि फ्रेम मे भरे मिश्रण मे साबुनीकरण प्रक्रिया सम्पन्न होने के फलस्वरूप जो गर्मी उत्पन्न हो बाहर न निकले तथा साबुन अच्छी तरह से जम सके, दूसरे दिन साबुन जम जाता है, तब इसकी जमी हुई सिल्ली फ्रेम से बाहर निकाल कर सोप कटिग मशीन या किसी पतले तार से आवश्यकतानुसार साइज की टिक्की के रूप मे काट लेते है।[12]

सावधानियॉ

सर्वप्रथम इस विधि मे कास्टिक सोडा की 36° से 38° वामी की शक्ति की लाई जो पूर्णतया शीतल हो, का उपयोग करना चाहिए । बल्कि कम से कम चौबीस घण्टे पूर्व तैयार लाई का प्रयोग करे । इस पद्धति मे कडे तेलो का प्रयोग करे अथवा तेल मिश्रण मे कडे तेलो की मात्रा कम से कम 50 प्रतिशत अवश्य रखे, क्योकि मुलायम

---

12 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज , पृष्ठ, 116

तेलो के प्रयोग करने पर इस विधि से ठीक साबुन नही जम पाता वह बहुत अधिक मुलायम रह जाता है । इस विधि मे यह ध्यान रखना आवयश्क है कि तेलो और लाई के अनुपात मे अन्तर नही होना चाहिए अन्यथा साबुन मे स्वतन्त्र क्षार एव बसा तत्व रह जाते है । इस पद्धति मे तेलो या इसके मिश्रण से साबुन बनाते समय सारी लाई को तेलो के मिश्रण मे एक ही बार मे डाल कर जल्दी घोट लेना चाहिए और मिश्रण एक जान हो जाने पर इसे शीघ्र ही फ्रेम मे भर देना चाहिए । यदि उद्यमी इस साबुन मे सोडा सिलीकेट मिलाना चाहता है तो उसे सोडा कास्टिक लाई मे ही अच्छी तरह घोलकर मिलाना चाहिए तथा इस मिलावट की मात्रा तेलो के वजन की 25 प्रतिशत से अधिक नही होनी चाहिए । इस विधि से नहाने और अच्छी गुणवत्ता के साबुन प्राय नही बनाये जा सकते इसी कारण असगठित क्षेत्र के कुछ उद्यमी अर्द्ध उबाल विधि का प्रयोग करने लगे ।[13]

अर्द्ध उबाल विधि :

वर्तमान औद्योगिक सदर्भ मे साबुन की खपत एव उपभोक्ताओ की मॉग को देखते हुए असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता अर्द्ध उबाल विधि से साबुन निर्मित कर रहे है । इस विधि से साबुन बनाने के लिए भी एक दिन पहले लाई तैयार कर लेना चाहिए जिससे साबुन बनाने के समय तक लाई पूर्णतया ठण्डी हो जाय, तेल या तेलो के मिश्रण को साबुन बनाने के बर्तन या कडाही मे डाल कर लगभग 80 डिग्री सेन्टीग्रेड तक गर्म करे, यदि निर्मित उत्पाद मे सोप स्टोन पाउडर एव मैदा आदि की मिलावट करनी हो तो इसे भी तेल मिश्रण मे डाल कर अच्छी तरह घोट ले ताकि इसकी कोई गुठली या रोडी आदि बगैर घुली न रहे और यह सारे तेल मिश्रण मे एक समान घुल–मिल जाय । इसके पश्चात पहले से तैयार रखी लाई को एक अन्य बर्तन

---

13 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज , पृष्ठ 118

मे डाल कर थोडा गरम करके फिर इस लाई को तेलो तथा सोप स्टोन आदि के उपर्युक्त मिश्रण मे डाल दे और पन्द्रह बीस मिनट तक स्थिर पडा रहने दे और गर्म होने दे । इसी क्रम मे लगभग तीस मिनट तक मिश्रण को गरम करने के बाद जब इसके ऊपर झाग आने लगे तब इसे आग के ऊपर से नीचे उतार कर रख दे । लगभग 15-20 मिनट बाद इसमे स्वत ही उफान उठना शुरू होगा और बुलबुले से उठने लगेगे । जब मिश्रण मे अच्छी तरह उफान आ जाय और बुलबुले आने बन्द हो जाय तो यह समझना चाहिए कि साबुनीकरण की क्रिया पूर्ण हो गयी है । इसके बाद इस मिश्रण को घोटकर एक साथ रख ले । यदि इसमे सोडा सिलीकेट भी मिलाना हो तो उसी समय मिलाकर अच्छी तरह घोट ले । जब यह भली–भाति मिलाया जा चुके तो इस मिश्रण को फ्रेम मे भर दे । लगभग 24 घन्टे के अन्दर यह साबुन यहॉ जम जायेगा । इसके बाद इसे फ्रेम से बाहर निकाल कर स्लैब कटर से इस साबुन की सिल्ली मे से लम्बे–लम्बे डण्डे काट ले । फिर सोप कटिग मशीन की सहायता से इन डण्डो मे से आवश्यकतानुसार साइज की टिक्किया काट कर इस पर नाम या ट्रेड मार्क सोप स्टम्पिग डाई की सहायता छाप दे ।[14]

सावधानियॉ :

अर्द्ध उबाल विधि से साबुन बनाते समय मिश्रण को धीमी ऑच मे गरम करे ताकि मिश्रण निकाल कर बाहर न निकल जाय । मिश्रण को किसी खुरचने आदि से अच्छी तरह हिलाये चलाये । ऐसा करने से उफान नीचे बैठ जायेगा और साबुनीकरण प्रक्रिया भली–भाति सम्पन्न हो सकेगी । इसे उबालते समय लाई का जो जलीय अश भाप बनकर उडता है । उसके फलस्वरूप यदि यह आवश्यकता से अधिक गाढा मालुम दे तो बीच–बीच मे आवश्यकतानुसार थोडा पानी और मिला लेना चाहिए ।

---

14 चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ठ 233, 234

सम्पूर्ण उबाल विधि :

सम्पूर्ण उबाल विधि तेलो और वसाओ को क्षारो के माध्यम से साबुन के रूप मे परिवर्तित करने की सर्वश्रेष्ठ परन्तु अपेक्षाकृत महगी तथा जटिल विधि है । इस विधि से पूर्णतया निर्दोष तथा उच्च गुणवत्ता युक्त साबुनो का निर्माण सहज सम्भव होता है। यही कारण है कि सगठित क्षेत्र के सभी बडे साबुन निर्माता पूर्ण रूप से इस विधि का प्रयोग करते है । असगठित क्षेत्र के बहुत कम साबुन निर्माता इस विधि का प्रयोग करते है । जबकि इस विधि से मुख्य रूप से नहाने के टायलेट सोप, मेडी केटेड सोप, कपडा धोने का बढिया साबुन तथा उच्च गुणवत्ता के निरोल साबुन तैयार करने मे प्रयुक्त होती है । सम्पूर्ण उबाल विधि से साबुन बनाने के लिए सगठित क्षेत्र के निर्माता बोइलिग पान नमक एक विशिष्ट उपकरण का प्रयोग करते है । जबकि असगठित क्षेत्र के निर्माता आज भी सामान्य भट्टी और कडाही से काम चलाते है । इस विधि से साबुन बनाने के लिए कारखाने मे एक विशेष प्रकार की भट्टी बनवानी चाहिए जिसमे ऐसी व्यवस्था करनी चाहिए की ऑच केवल कडाही के पेदे (तले) को ही गरम करे, लपट इधर–उधर न निकल पाये । भट्टी पर साबुन मिश्रण पकाते समय आग काफी मन्द रखी जाती है और निरन्तर मन्द ताप देकर मिश्रण को उबाला जाता है ।[15]

इस विधि से साबुन बनाने मे शुरू–शुरू मे कम डिग्री की लाई मिलाई जाती है और इस मिश्रण को लगभग 45 मिनट तक पकने दिया जाता है । इसके पश्चात इसमे 38-40 डिग्री बामी की लाई आवश्यकतानुसार मात्रा मे मिलाकर इसे पुन उबाल देते है । जब यह मिश्रण भली–भाति पक जाता है तथा साबुनीकरण प्रक्रिया पुरी तरह सम्पन्न हो जाती है तो मिश्रण को नमक की सहायता से फाडा जाता है । इसे फाडने के लिये सूखा नमक काम मे लाया जाता है । यह मिश्रण फटकर दो भागो

---

15 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ 121,122

मे बॅट जाता है । जिनमे एक भाग ठोस साबुन का होता है जो ऊपर तैरने लगता है। और दूसरा भाग पानी नमक तथा फालतू लाई का घोल होता है जो साबुन के नीचे रहता है ।[16]

सावधानियॉ ·

सम्पूर्ण उबाल विधि से साबुन बनाने के लिए सर्वप्रथम प्रयुक्त की जाने वाली कडाही आकार मे बडी होनी चाहिए, साथ मे मिश्रण फाडने के पश्चात फालतू बचा हुआ पानी निकालने के लिए कडाही मे एक टोटी लगवानी चाहिए, यदि कडाही मे टोटी नही है तो साइफन विधि का प्रयोग करना चाहिए ।

साबुन निर्माण के मुख्य तत्व .

साबुन का उपयोग शरीर अथवा वस्त्रो पर जमे हुए मैल को निकालकर अलग करना है । इस कार्य के लिये साबुनो मे प्राय कास्टिक सोडा या कास्टिक पोटाश मिलाया जाता है । कपडा धोने के डिटरजेन्ट केक्स और पाउडर मे एसिड स्लरी नामक एक विशिष्ट रसायन भी पर्याप्त मात्रा मे मिलाया जाता है । ये सभी रसायन क्षार या अलकली कहलाते है । यद्यपि ये सभी क्षार मैल काटने की बहुत अच्छी क्षमता रखते है । इतनी तीव्र क्षमता कि इनका प्रयोग शरीर का त्वचा ही नही कपडो तक को फाड सकता है । अत इनके घातक प्रभाव को कम करने के लिये इनके साथ तेल और चर्बी जैसे वसीय पदार्थ भी बडी मात्रा मे मिलाते है । तेलो के मिश्रण से पूर्व कास्टिक सोडा या अन्य क्षारा को पानी मे घोल कर तरल मिश्रण बनाया जाता है । पानी मे घुले हुए क्षार के मिश्रण को लाई कहा जाता है । इस प्रकार साबुन बनाने के लिए तुख्यत तेल, क्षार पानी की आवश्यकता होती है ।[17]

---

16. चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ट 235

17 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ, 39

तेल एव वसीय पदार्थ

साबुन मे मात्रा, क्षार और मूल्य तीनो दृष्टि से सर्वाधिक महत्वपूर्ण भाग तेल या वसीय पदार्थो का होता है । सभी प्रकार तेल, घी चर्बिया तथा हर उस चिकनाई जिसका प्रयोग भोजन पकाने और खाने मे किया जा सकता है । असगठित क्षेत्र मे साबुन बनाने के लिए प्राय उन्ही तेलो का प्रयोग किया जाता है । जो अपेक्षाकृत सस्ती दर पर भरपूर मात्रा मे उपलब्ध होता है । बल्कि कुछ निर्माता तेलो के नीचे जम जाने वाली गाद और खाने तथा हेयर आयलस बनाने के लिए तेलो को रिफाइन्ड करते समय उनसे निकले अवशिष्ट पदार्थो का प्रयोग भी साबुन बनाने के लिए भरपूर मात्रा मे करते है ।

क्षार

असगठित क्षेत्र मे साबुन बनाने का दूसरा और आधार पूर्ण रचक जो तेलो के मिश्रण को साबनु के रूप मे परिवर्तित करने का कार्य करता है । वह क्षार या क्षारीय लवण ही है । प्राया कास्टिक सोडा, कास्टिक पोटाश, कपडे धोने का सोडा (सोडा एश) और सामान्य नमक का प्रयोग साबुन बनाने के लिए किया जाता है । इन क्षारो के रूप मे प्रयुक्त रसायनिक पदार्थो पर साबुन की गुणवत्ता एव मैल काटने की क्षमता निर्भर करती है । क्षार के रूप मे प्रयोग किये जाने वाले सोडे को साफ पानी मे घोलकर पहले उसका मिश्रण तैयार किया जाता है । इस मिश्रण घोल को लाई कहा जाता है । लाइ की शक्ति उसमे मिलाये गये सोडे और पानी के अनुपात पर निर्भर करती है और भिन्न–भिन्न प्रकार के तेलो के लिए अलग–अलग शक्ति की लाई का प्रयोग किया जाता है ।[18]

---

18 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ 42

शुद्ध साफ पानी .

पानी एक ऐसा प्रभावी रचक है जो मुफ्त मे मिल जाता है और पानी के बगैर जिन्दा रहना असम्भव है । मुफ्त मे मिले इस रचक का प्रयोग करना सिर्फ मुनाफा ही मुनाफा है। साबुन बनाने के लिए तेल, वसा क्षार के बाद शुद्ध साफ पानी एक अनिवार्य रचक है । सोडे को पानी मे घोल कर लाई तैयार की जाती है और तेलो के मिश्रण मे यह लाई घोट कर साबुन बनाया जाता है। इस कार्य के लिए नल के साफ पानी का प्रयोग सर्वश्रेष्ठ रहता है । कुऐ और हैण्डपम्प का ऐसा पानी जो तैलीय हो अथवा जिसमे खनिज लवण या खनिज रचक मिले हो साबुन बनाने के लिए प्रयोग नही किया जा सकता है । भारी नमकीन तैलीय अथवा खनिज मिश्रीत जल साबुन की गुणवत्ता घटाने के साथ–साथ साबुन जमने के स्थान पर फट जाता है यही कारण है कि साबुन के निर्माण मे सदैव नल का साफ पानी प्रयोग करना चाहिए यदि पानी मे हल्का खारापन है और खारे पानी का प्रयोग करने के लिये मजबूरी है । तो पहले पानी को किसी ड्रम या टैक मे सग्रह करके उसमे एक लीटर पानी मे तीन से दस ग्राम के अनुपात मे सोडा एश अच्छी तरह घोल कर ड्रम को एक दिन रखा रहने दे । सोडे के साथ खनिज लवणो का बडा भाग ड्रम के जल मे बैठ जायेगा और ऊपर जो पानी होगा वह बडी सीमा तक खारापन छोड चुका होगा, इस पानी के ऊपरी भाग का ही प्रयोग किया जाता है और नीचे के तल के जल को फेक दिया जाता है ।[19]

संरक्षक पदार्थ .

साबुन निर्माण के आधार रचक तेल, क्षार, पानी है । तेल और पानी के मिश्रण को कास्टिक सोडा साबुन के रूप मे परिवर्तित करता है । प्रारम्भिक रचक तेल तथा पानी होने के कारण साबुन के सडने या नष्ट होने की सभावना शीघ्र होती है, जबकि

---

19 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ 43

साबुन को उपभोक्ता तब पहुचाने मे काफी समय लगता है । अत साबुन की गुणवत्ता बनाये रखने तथा सडने से बचाने के लिए साबुन बनाते समय सरक्षक पदार्थ के रूप मे विरोजा (Rasını) मिलाया जाता है । चीड के वृक्ष से गन्ध विरोजा नामक द्रव प्राप्त होता है । उसमे से तारपीन का तेल निकालने के पश्चात् गाद के रूप मे जो अवशिष्ट पदार्थ शेष रहता है, विरोजा कहलाता है ।

विशिष्ट गुण वर्धक पदार्थ

असगठित क्षेत्र मे साबुन निर्माण एव विपणन के लिए सगठित क्षेत्र से कडी प्रतिस्पर्धा का मुकाबला करने के लिए यह आवश्यक है कि साबुनो की गुणवत्ता रग तथा सुगन्ध के साथ–साथ साबुन तैयार करते समय उनमे विशेष गुण उत्पन्न करने वाले पदार्थ मिलाये जाय जैसे– चर्म रोगो मे प्रयुक्त किये जाने वाले साबुन मे गन्धक, चालमोगरा आयल, कार्बोलिक एसिड आदि रचको को कीटाणुनाशक क्षमता के कारण मिलाया जाता है ।

भरती के पदार्थ .

साबुन की गुणवत्ता को घटाकर उसकी मात्रा को बढाने वाले इन सभी पदार्थो को भर्ती के पदार्थ कहा जाता है । असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता सोडा, सिलीकेट, सोडा एश, सोप स्टोन पाउडर स्टार्च तथा नमक आदि रचको का प्रयोग भर्ती के पदार्थ के रूप मे करते है । कुछ निर्माता साबुन मे अतिरिक्त पानी सोखने उसके भार एव परिमाप मे वृद्धि हेतु गेहूॅ का मैदा, चने की दाल का बारीक पिसा बेसन आदि मिलाते है।

रंग और सुगन्ध मिश्रण :

साबुन के निर्माण मे रग एव सुगन्ध मिश्रण का प्रयोग आवश्यक रचक के रूप मे

नही किया जाता है, क्योकि इसके प्रयोग से साबुन की गुणवत्ता, मैल काटने की क्षमता तथा कपडो को चमकाने की शक्ति मे वृद्धि नही होती है, परन्तु वर्तमान विपणन प्रतिस्पर्धा के युग मे ग्राहक को आकर्षित करने के लिए रग एव सुगन्ध का प्रयोग एक अनिवार्य रचक के रूप मे किया जाता है । नहाने के साबुन मे उपयुक्त रगो के साथ साथ पर्यात मात्रा मे सुगन्ध मिलाते है, इससे साबुन सुगन्धित बन जाता है और स्नान करते समय यह सुगन्ध तन–मन को प्रमुदित एव अधिकधिक तरो–ताजा कर देती है । यह रग और सुगन्ध जितनी मोहक होगी, साबुन ग्राहको द्वारा उतना अधिक पसन्द किया जायेगा, और इसके फलस्वरूप उसकी बिक्री भी अधिक होगी ।

असगठित क्षेत्र मे साबुन उद्योग की समस्यायें

असगठित क्षेत्र साबुन उद्योग का जन्मदाता है । साबुन उद्योग का प्रारम्भ इस क्षेत्र मे विकेन्द्रित रूप मे हुआ, परन्तु वर्तमान औद्योगिक उदारीकरण के सन्दर्भ मे विभिन्न प्रकार की समस्याओ का सामना करना पड रहा है । जिसके कारण इस भीषण प्रतियोगिता के युग मे इस क्षेत्र के उद्योगो को वाछित सफलता और मुनाफा प्राप्त करना असभव की सीमा तक कठिन हो चुका है । यॆ समस्याए निम्नवत है।

कच्चे माल की समस्या :

इस क्षेत्र मे साबुन उद्योग के समक्ष पहली समस्या उच्च कोटि के कच्चे माल की है जो कि उचित समय और उचित मूल्य पर नही मिल पाता है । इस उद्योग का मुख्य कच्चा माल अखाद्य तेल तथा क्षार युक्त रसायनिक पदार्थ है । देश मे विगत कई वर्षो से अपनी खाद्य व अखाद्य तेल की आवश्यकता आयात द्वारा पूरी करता रहा है । देश मे उपलब्ध अखाद्य तेलो का निरन्तर खाद्य तेलो मे परिवर्तित करने का

प्रयास जारी है । लेकिन अखाद्य तेलो की वृद्धि के लिए प्रयास पूर्णतया नही किया जा रहा है ।[20] जिससे देश मे उपलब्ध तिलहनो का पूर्ण सग्रहण तथा उनकी पेराई नही हो पा रही है । जिससे देश मे तेलो एव वसा की कमी पायी जाती है । जो असगठित क्षेत्र के लिए एक अहम समस्या है । इसी प्रकार क्षारयुक्त रसायनिक पदार्थो की पूर्ति की सीमित मात्रा हो जाती है ।

पूँजी की समस्या

किसी भी उद्योग को कच्चे माल को तैयार माल मे उत्पादित करने तथा उसे बाजार मे बेचने मे एक निश्चित समय लगता है । कच्चे माल तथा सहायक सामग्री की खरीद, कर्मचारियो के वेतन आदि तथा अन्य खर्चे के लिए उद्योगपतियो को हर समय आवश्यकता बनी रहती है ।[21] असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओ के समक्ष पर्याप्त पूँजी की कमी की समस्या बनी रहती है, जिससे उद्योग के सचालन मे बाधक उत्पन्न होती है । इस क्षेत्र के उद्यमियो के पास कोई उपयुक्त प्रकार की प्रतिभूति भी नही होती जिससे की वे राज्य वित्त निगम जैसी वित्तीय सस्थाओ से पूँजी प्राप्त कर सके। राष्ट्रीयकृत व्यापारिक बैको से भी ऋण प्राप्त करने मे विभिन्न प्रकार की कठिनाइयो का सामना करना पडता है, जिसमे समय अधिक लग जाता है, अन्त मे विवशतापूर्ण स्थिति मे इन्हे साहूकारो, महाजनो, व्यापारियो एव मध्यस्थो के पास जाना पडता है जो कि विवशता का लाभ लेकर शोषण करते है । इस प्रकार इस क्षेत्र के उद्योग दिन–प्रतिदिन पूँजी की कमी की समस्या ग्रस्त रहते है ।

उत्पादन की प्राचीन पद्धति :

सगठित क्षेत्र के उद्योगो द्वारा उत्पादित साबुन एव डिटजेन्ट पाउडरो के रग

---

20 **योजना अक, 16-30, सितम्बर 1990, पृष्ठ, 12**

21 **चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ठ, 27**

रूप और मूल्य की तुलना मे असगठित क्षेत्र के उद्योगो द्वारा उत्पादित साबुन एव डिटरजेन्ट पाउडर की तुलना मे जो इतना अधिक अन्तर होता है । उसका कारण इनके द्वारा प्रयोग किये जा रहे रचको की गुणवत्ता और मूल्य का अन्तर उतना नही है, जितना निर्माण मे प्रयोग की जाने वाली विधि और मशीन का होता है । असगठित क्षेत्र मे निर्मित साबुन एव डिटरजेन्ट गुणवत्ता मे अत्यन्त सामान्य एव काफी भारी होते है । निर्माण प्रक्रिया मे विशिष्ट तकनीक के लिए विशाल आकार की जटिल मशीने और उपकरण की आवश्यकता होती है, जो काफी कीमती होते है । जिसके कारण इस क्षेत्र के निर्माता इन विशिष्ट तकनीको के लिए मशीनो और उपकरणो का उपयोग नही कर पाते है । और उत्पादन परम्परागत विधि से ही करते है । जबकि समय के साथ–साथ उत्पादन प्रक्रिया मे सुधार तथा उद्योग मे नवीनतम मशीनो का समावेश सफलता का मूल–मन्त्र है ।

कुशल प्रशिक्षित कर्मचारियों का अभाव ·

किसी भी सस्थान की सफलता उसके कर्मचारियो पर निर्भर करती है । असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओ के समक्ष कुशल योग्य श्रमिको तथा कारीगरो की समस्या विद्यमान है । उद्योगो मे कार्यरत अधिकाश कर्मचारी अप्रशिक्षित तथा अयोग्य होते है । अयोग्यता के कारण उद्यमी का कर्मचारियो के बीच असन्तोष बना रहता है । फलस्वरूप उत्पाद की मात्रा और गुणवत्ता दोनो मे गिरावट आती है । उत्पाद के विपणन मे भी कठिनाई होती है, जिससे सस्थान को निरन्तर हानि वहन करना पडता है । यह इस क्षेत्र के लिए एक कठिन समस्या है ।

असंगठित क्षेत्र में गला घोट प्रतिस्पर्धा ·

असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के समक्ष सगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगो से गला–घोट प्रतिस्पर्धा की समस्या है । साबुन उद्योग एक ऐसा उद्योग है जो पूरी तरह

पैकिग और प्रचार पर आधारित है । सगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग आधुनिक वैज्ञानिक विधियो द्वारा उत्पादन करते है तथा विपणन आदि क्षेत्रो मे साधन सम्पन्न होने के साथ ही साथ प्रचार एव प्रसार की आधुनिक विधियो का प्रयोग करते है जबकि असगठित क्षेत्र के उद्योग आर्थिक रूप से कमजोर होने के कारण उत्पादन की आधुनिक वैज्ञानिक विधियो तथा विपणन के लिये प्रचार–प्रसार की महगी पद्धति का प्रयोग प्राय नही कर पाते है । फलस्वरूप इस क्षेत्र द्वारा उत्पादित उत्पाद की लागत अपेक्षाकृत अधिक होती है । साबुन एक ऐसी नित्य उपयोगी वस्तु है जिसका प्रयोग अतिधन सम्पन्न वर्ग से लेकर समाज के निर्धनतम व्यक्ति तक नहाने और कपडा धोने के लिए करता है । समाज के निम्न और मध्यम वर्गीय व्यक्ति सस्ते साबुन की माग अधिक करते है । ऐसी स्थिति मे इस क्षेत्र के उद्योगो का सगठित क्षेत्र के समक्ष टिक पाना कठिन होता जा रहा है ।

अक्षम एवं अकुशल कार्य प्रबन्घ

असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगो मे मेहनती तथा कार्य कुशल व्यक्ति कम पूँजी से कार्य प्रारम्भ कर कुछ वर्षो तक लगातार मेहनत करता है । इसके साथ–साथ अपने व परिवार के ऊपर खर्च कम से कम कर बचत को उद्योग मे निवेश करता जाता है । कुछ समय पश्चात उसे आशा से अधिक आमदनी होने लगती है । अब वह काम करने के लिए अतिरिक्त व्यक्ति नियुक्त कर लेता है । स्वय कार्य मे रूचि नही लेता है। तथा अपने खर्च भी बढा लेता है । इसके कारण उद्योग खर्च बढ जाते है । और धीरे धीरे आमदनी कम होने लगती है तथा उद्योग हानि पर आ जाता है ।[22]

---

22 चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ठ 28

उत्पाद के विक्रय की समस्या .

किसी भी वस्तु का उत्पादन जितना आसान है, उसका बेचना उतना ही कठिन है । साबुन एव डिटरर्जेन्ट जैसे उत्पाद का विक्रय करना अत्यन्त कठिन कार्य है । साबुन बाजार के क्षेत्र मे न केवल असगठित क्षेत्र मे उत्पादित विभिन्न किस्म के साबुन की विद्यमानता है बल्कि सगठित क्षेत्र मे राष्ट्रीय एव अन्तर्राष्ट्रीय औद्योगिक इकाइयो के साबुन उत्पाद उपलब्ध है । ऐसी स्थिति मे असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित साबुन की बिक्री करना टेढी खीर है, क्योकि धनाभाव के कारण महगी पद्धति का विज्ञापन नही कर पाते है और आज इस प्रतिस्पर्धा के युग मे उपभोक्ताओ को आकर्षित नही कर पाते है, जिससे बिक्री की समस्या दिन प्रतिदिन कठिन से कठिनतर होती जा रही है।

सरकारी भूमिका की आवश्यकता

जहाँ सरकार एक ओर स्व–रोजगार पर विशेष बल दे रही है, वही असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग मे इसकी भूमिका औचित्यपूर्ण है, क्योकि आज भी इस क्षेत्र की साबुन निर्माण इकाइयो मे परम्परागत रूप से ईधन के रूप मे लकडी का प्रयोग किया जाता है । विगत कुछ वर्षो से वनो के अत्यधिक दोहन एव पर्यावरण पर विपरीत प्रभावो को ध्यान मे रखते हुए वन विभाग द्वारा औसत मात्रा मे लकडी उपलब्ध नही करायी जाती है ।ऐसी स्थिति मे सरकार द्वारा समुचित मात्रा मे उचित दर पर लकडी अथवा अन्य वैकल्पिक ईधन की व्यवस्था करना चाहिए जिनका उपयोग पर्यावरण के अनुकूल हो ।[23]

असगठित क्षेत्र मे बिक्री की समस्या अत्यन्त जटिल है । निर्माताओ को उत्पाद के विक्रय के सम्बन्ध मे सरकार की भूमिका आवश्यक है । आधुनिक प्रतिस्पर्धा विविधता एव विशेषज्ञा के युग मे डिटर्जेण्ट तथा साबुन के उद्योग मे प्रयोग की जाने

---

23 योजना अक, 16 से 30 सितम्बर 1990, पृष्ठ 12

वाली तकनीक एव सुधार की सभावनाओ पर ध्यान देना आवश्यक है ताकि निर्माणी इकाइया अपनी गुणवत्ता मे सुधार ला सके ।

सरकार की भूमिका :

साबुन एव डिटर्जेण्ट के विकास मे असगठित क्षेत्र का महत्वपूर्ण योगदान है । सरकार की उदार नीतियो ने इस क्षेत्र को सगठित क्षेत्र के बडे उद्योगो के समक्ष ला दिया है । इससे असगठित क्षेत्र के सामने कई चुनौतिया आयी है तो वही इनकी प्रगति के शुभ अवसर भी मिले है । भारत सरकार सगठित क्षेत्र मे साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग के विकास सवर्धन तथा वित्त पोषण के प्रतिबद्ध है । साथ ही साथ इसी प्रकार के कार्यकलापो मे लगे सभी सस्थानो के कार्यो का समन्वय भी करती है । सरकार विभिन्न प्रकार की योजनाओ के माध्यम से दो रूपो मे अपनी भूमिका अदा कर रही है।

प्रोत्साहनात्मक भूमिका

असगठित क्षेत्र मे साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग के विकास की मुख्य जिम्मेदारी राज्य सरकारो अथवा सघ राज्य क्षेत्र सरकारो की है । ये सरकारो व्यापक श्रेणी की सुविधाये तथा प्रोत्साहन साबुन एव डिटरजेण्ट की उन इकाइयो को जिनका पजीकरण होता है, प्रदान करती है । सरकार द्वारा प्रदत्त मुक्त सुविधाए एव प्रोत्साहन निम्नलिखित है ।[24]

अवस्थापनागत प्रोत्साहन :

इस क्षेत्र मे साबुन एव डिटरजेण्ट इकाइयो की स्थापना हेतु प्रोत्साहित करने के लिये सरकार द्वारा विभिन्न प्रकार की योजनाये सचालित की जा रही है ।

---

24 **उद्योग मन्त्रालय, लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र, पृष्ठ 93**

औद्योगिक आस्थान योजना :

उद्यमियो को सस्ते दर पर भूमि उपलब्ध कराने तथा एक ही स्थान पर केन्द्रीयकृत सुविधाए उपलब्ध कराने के औद्योगिक आस्थान योजना सचालित की जाती है । इस योजना के अन्तर्गत सरकार द्वारा भूमि का अधिग्रहण करके उसे विकसित करके आवश्यकतानुसार छोटे–छोटे भूखण्डो मे विभाजित करके उद्यमियो को आवटित की जाती है । इन आद्योगिक आस्थानो मे बिजली, पानी, बैक, डाकघर, सडक सुरक्षा आदि सामूहिक व्यवस्था करके सुविधाये उपलब्ध करायी जाती है ।[25]

उद्यमिता विकास प्रशिक्षण :

देश मे बढती हुई बेरोजगारी की समस्या के निदान हेतु सरकार द्वारा उद्यमिता विकास को बढावा देने के लिए एक उद्यमिता विकास प्रशिक्षण योजना शुरू की गयी । योजना मे राज्य स्तरीय उद्यमिता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम जिला उद्योग केन्द्र के माध्यम से सचालित किये जा रहे है ।

राज्य पूजी निवेश आर्थिक सहायता .

राज्य सरकारे अपने राज्य मे औद्योगिक इकाइयो की स्थापना की प्रोत्साहित करने के लिए क्षेत्र के उद्यमियो की पूजी निवेश, आर्थिक सहायता प्रदान करती है । वर्तमान समय मे उत्तर प्रदेश, जम्मू काश्मीर, अण्डमान एव निकोबार द्वीप समूह, सिक्किम, कर्नाटक, मेघालय, हिमाचल प्रदेश, गुजरात, पजाब, महाराष्ट्र, आन्ध्र प्रदेश, केरल, त्रिपुरा और मणिपुर की सरकारे यह सुविधा उपलब्ध कराती है ।[26]

---

25 नीरज कुमार, उत्तर प्रदेश के औद्योगिक विकास मे औद्योगिक सर्वेक्षण की भूमिका, पृष्ठ 107

26 उद्योग मन्त्रालय, लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग लघु उद्योग क्षेत्र, पृष्ठ, 93

करो मे छूट योजना

राज्य सरकारो द्वारा उद्योग शून्य जनपदो मे विकास की गति तीव्र करने एव उद्योगो की स्थापना को बढावा देने के उददेश्य से वर्ष 1995 से नई बिक्री कर छूट योजना लागू की गयी है ।

कच्चे माल की उपलब्धता सुनिश्चित करना :

सरकार असगठित क्षेत्र मे साबुन उद्योग को बढावा देने के लिए औद्योगिक इकाइयो को जिला उद्योग केन्द्र एव खादी ग्रामोद्योग सस्थान के माध्यम से कच्चा माल समुचित मात्रा मे उचित दर पर उपलब्ध कराती है । अच्छी गुणवत्ता एव सौन्दर्य युक्त सुगन्धित साबुन एव डिटर्जेण्ट उत्पादन के लिये सुगन्ध तथा सुगन्ध युक्त तेलो की समुचित मात्रा उचित मूल्य पर प्रदान कराती है ।

उत्पादकता एवं गुणवत्ता में सुधार हेतु प्रशिक्षण .

असगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग इकाइयो की कार्य क्षमता, कार्यशीलता, उत्पादन की उत्पादकता तथा गुणवत्ता मे सुधार हेत शासनादेश द्वारा प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है । प्रयोग किये जाने वाले तेलो का विगत 5-6 वर्षो से भौतिक एव रसायनिक विश्लेषण किया जा रहा है । औद्योगिक इकाइयो को समय–समय पर गुणवत्ता नियन्त्रण प्रयोगशाला मे गुणवत्ता नियन्त्रण हेतु परामर्श दिया जा रहा है ।

वित्तीय प्रोत्साहन

किसी भी उद्योग का प्रारम्भ और सफलता पूर्वक सचालन के लिए धन की आवश्यकता पडती है । धन की समस्या प्रत्येक उद्यमी के समक्ष होती है । सरकार इस समस्या का समाधान वाणिज्य बैको, सहकारी बैक, क्षेत्रीय ग्रामीण बैक, राज्य वित्त निगम, लघु उद्योग विकास निगम, राष्ट्रीय लघु उद्योग निगम तथा राष्ट्रीय कृषि एव ग्रामीण विकास बैक आदि के माध्यम से विभिन्न योजनाओ के अन्तर्गत उद्यमियो को

वित्तीय सहायता प्रदान कर प्रयासरत है ।

सरकार द्वारा साबुन एव डिटर्जेण्ट का उद्योग लगाने वाले उद्यमी व्यक्ति को प्रारम्भिक प्रशिक्षण प्रदान कराने के साथ प्रधानमत्री रोजगार योजना, स्वरोजगार योजना, अल्प ऋण योजना, उपकरण वित्त येाजना आदि योजनाओ के अन्गर्तत ऋण उपलब्ध कराती है ।

उत्पाद विक्रय में योगदान

वर्तमान मे साबुन बनाना जितना कठिन नही है उससे कही अधिक कठिन उसका विक्रय करना है । असगठित क्षेत्र की इकाइयो द्वारा उत्पादित साबुन के विक्रय की समस्या काफी कठिन है । सरकार इस समस्या के समाधान हेतु प्रयासरत है । इनके निर्मित उत्पाद का एक निश्चित प्रतिशत सरकारी कार्यालयो मे प्रयोग हेतु खरीदा जाता है । निर्मित साबुन एव डिटर्जेण्ट के भण्डारण की सुविधा प्रदान करा रही है । व्यापार प्राधिकरण एव खादी ग्रामोद्योग सस्थान के माध्यम से उत्पाद का विक्रय, सुनिश्चित कराती है । सरकार स्थानीय स्तर पर विक्रय प्रोत्साहन हेतु मेलो एवे प्रदर्शिनियो का आयेाजन कराती है ।

नियमानात्मक भूमिका

सरकार ने असगठित क्षेत्र मे साबुन उद्योग के विकास के लिए अनेक नियम एव नीतिगत पहल की है ।

पंजीकरण :

इस क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयो का पजीकरण कराना अनिवार्य नही किया गया है । परन्तु पजीकरण कराने से सरकार द्वारा देय सहायता एव सुविधाए प्राप्त करने मे आसानी होती है । इकाइयो का पजीकरण दो स्तरो मे किया जाता है । अनतिम पजीकरण तथा स्थायी पजीकरण, अनतिम पजीकरण जिला उद्योग केन्द्र मे

आवेदन पत्र प्राप्ति के दिन ही प्रदान कर दिया जाता है । जब उद्यमी को जिला उद्योग से सभी अनुमतियॉ प्राप्त हो जाती है तथा उत्पादन प्रारम्भ करने के पश्चात स्थयी पजीकरण के लिये आवेदन पत्र प्राप्त होने पर किया जाता है ।

आरक्षण नीति .

सरकार द्वारा साबुन एव डिटर्जेण्ट क्षेत्र के कुछ विविध उत्पाद (लाण्ड्री सोप) का उत्पादन केवल इस क्षेत्र के लिए आरक्षित किया गया है ।

लाइसेन्सिंग नीति .

असगठित क्षेत्र मे साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग की इकाइयो की स्थापना के लिए इस क्षेत्र को लाइसेन्स से मुक्त किया जाता है ।

पर्यावरण सम्बन्धी नियम :

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओ द्वारा परम्परागत ईघन के रूप मे लकडी एव कोयले का प्रयोग किया जाता है तथा साबुन एव अपमार्जक पदार्थो के उपयोग मे पर्यावरण सम्बन्धी समस्याये उत्पन्न होती है । सरकार इस क्षेत्र के साबुन निर्माताओ के लिये पर्यावरण सम्बन्धी निमय को बहुत सरल बना दिया है ।

उत्पादित साबुन में कमियाँ :

साबुन निर्माताओ द्वारा पूर्ण सावधानी पूर्वक साबुन बनाने के बावजूद भी कुछ न कुछ कमी रह जाती है । जिसके कारण साबुन खराब हो जाते है । ये कमियॉ असन्तुलित तेल मिश्रण, तेलो का गलत चुनाव, लाई का अधिक तीक्ष्ण अथवा कम शक्तिशाली होना, गर्म करने के लिये उपयोग की जाने वाली कडाही का पतला होना, कम या अधिक ताप कारीगर का आलसी होना, साबुनीकरण की प्रक्रिया पूर्ण न होना

आदि कारणो से रह जाती है ।

साबुन का बहुत कडा होना .

असगठित क्षेत्र के साबनु निर्माता साबुन बनाने के लिए कास्टिक सोडे का तीक्ष्ण शक्ति की लाई तथा भर्ती के पदार्थो का अधिकाधिक प्रयोग करते है । फलस्वरूव निर्मित साबुन इतना कडा हो जाता है कि घिसने मे कठिनाई होती है ।

हाथो मे जलन तथा त्वचा मे खुजलाहट होना :

साबुन बनाने मे आवश्यकता से अधिक शक्ति की लाई उपयोग करने पर निर्मित साबुन का प्रयोग करने के बाद त्वचा रूखी, सूखी तथा त्वचा मे जलन ही नही अपितु कभी–कभी काट भी देता है । साबुन बनाने मे तेल मिश्रण के अनुरूप शक्ति की लाई को उचित मात्रा मे प्रयोग किया जाय तो इस कमी को दूर किया जा सकता है । साबुन वही अच्छा माना जाता है जो मैल का तो दुश्मन हो मगर त्वचा का दुश्मन न हो ।

झाग तथा मैल काटने की क्षमता में कमी :

असगठित क्षेत्र मे साबुन बनाने के लिए सस्ते तेलो तथा भर्ती के रचको का अधिक प्रयेाग किया जाता है । जिससे साबुन सस्ता पडता है । किन्तु साबुन मे झाग उत्पन्न करने तथा मैल काटने की क्षमता कम होती है । अत साबुन बनाने के लिए अच्छे झाग देने और मैल काटने वाले तेलो एव रचको का उपयोग करना चाहिए ।

अधिक समय तक टिकाऊ न होना ·

इस क्षेत्र द्वारा निर्मित साबुन मे एक महत्वपूर्ण कमी यह है कि साबुन को अधिक समय तक रखा नही जा सकता है । यदि किसी दुकानदार के पास दो–तीन माह तक बिक नही पाते तथा स्टॉक मे पडे रहते है तो साबुन की टिकिया खराब होने लगती है

। कभी कभी तो जम कर पत्थर की भाति कठोर हो जाती है । यह कभी साबुन निर्माता द्वारा अधिक लाभ कमाने के चक्कर मे कच्चा माल के रूप मे बेसन, मैदा, नमक तथा अन्य भर्ती के पदार्थो का अधिकाधिक मात्रा मे मिलावट के कारण उत्पन्न होता है ।

सुन्दरता मे कमी की सभावना

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता साबुन बनाने के लिए स्वच्छ तेल मिश्रण के बजाय तेलो की गाद, तलछट और गन्दे तेलो का उपयोग करते है जिससे साबुन की चमक दमक एव सुन्दरता मे कमी आती है । यदि पूर्ण उबाल विधि से फाडकर साबुन बनाया जाय तो चमक–दमक एव सुन्दरता मे वृद्धि होती है ।

साबुन के सडने और दुर्गन्ध आने की संभावना

साबुन मूलत तेल वसा और पानी के साथ कास्टिक सोडे की लाई का प्रयोग कर निर्मित किया जाता है । कास्टिक सोडे की लाई मे उचित अनुपात न होने पर कुछ समय पश्चात मिश्रण मे दुर्गन्ध आने लगती है । यदि साबुन बनाने के लिए कच्ची चर्बी, गन्दे तथा सडे हुए तेलो का प्रयोग किया जाता है तो साबुन ही बदबू देने लगता है और साबुन शीघ्र ही सड जाता है । साबुन को सडने से बचाने के लिए कम से कम पाच प्रतिशत विरोजा का उपयोग किया जाना चाहिए साथ सुगन्ध का प्रयोग करना चाहिए जिससे दुर्गन्ध की रोका जा सके ।

साबुन को सडने से बचाने के लिए सुहागा, कपूर, सोडियम, बेन्जाइट, सोडियम बेन्जाइट का उपयोग किया जा सकता है । सोडियम सल्फाइड, सोडिमय बायो सल्फेट और विस्मय नाइट्रेट नामक विशिष्ट रसायन साबुन को सडने से रोकने के बहुत शक्तिशाली पदार्थ है, परन्तु इनका प्रयोग मिलिग प्रोसेस से साबुन बनाते समय ही

किया जा सकता है, क्योकि छोटे स्तर पर साबनु बनाते समय इनका उपयोग नही किया जा सकता है ।

किसी प्रकार के साबुन बनाने मे तेल या चिकनाई की सफाई अत्यावश्यक है । तेल बिना मिलावट होना चाहिए । साबुन काटने वाली मेज कम से कम 5 फुट लम्बी 36 से 38 इच चौडी और 3 फुट ऊची होनी चाहिए। कभी कभी साबनु के घन के ऊपर की सतह झागदार या ऊची–नीची अनियमित होती है । इसे पहले किसी लम्बी छूरी से या खुरचनी से खुरच लिया जाना चाहिए । खुरचना एक मजबूत लम्बी पतली फौलादी तार के दोनो सिरो पर छोटे–छोटे लकडी के टुकडे बाध की खुरचने की क्रिया कर सकते है ।

षष्टम अध्याय

अध्याय–6

इलाहाबाद जनपद का सामान्य परिचय

भौगोलिक प्रास्थिति

उत्तर प्रदेश भारत के सीमान्त राज्यो मे से एक है। जो 23°52' से 31°28' उत्तरी अक्षाश तथा 77°3' से 84°39' पूर्वी देशान्तर के मध्य स्थित है। राज्य की उत्तरी सीमा नेपाल की सीमाओ को छूती है । उत्तर पश्चिम मे उत्तराचल राज्य पश्चिमी और दक्षिण पश्चिमी सीमा पर हिमाचल प्रदेश, हरियाणा, दिल्ली और राजस्थान राज्य है। दक्षिण मे मध्य प्रदेश, दक्षिण पूर्व मे छत्तीसगढ राज्य और पूर्वी सीमा बिहार राज्य से लगी हुई है। उत्तर प्रदेश देश का अधिकतम जनसख्या वाला राज्य है। क्षेत्रफल की दृष्टि से राजस्थान, मध्य प्रदेश और महाराष्ट्र तथा आन्ध्र प्रदेश के बाद पाचवा स्थान है। राज्य का भौगोलिक क्षेत्रफल 240928 वर्ग कि०मी० है। जो देश के कुल क्षेत्रफल का 7 9 प्रतिशत है। राज्य का देश मे जनसख्या की दृष्टि से पहला स्थान है। यहा भारत की कुल जनसख्या का 16 17 प्रतिशत जनसख्या निवास करती है।[1]

प्रशासनिक ढांचा (उ०प्र०) ·

कुशल एव सुगम प्रशासनिक दृष्टिकोण से प्रदेश को 17 मण्डल एव 70 जिलो मे विभाजित किया गया है। भौगोलिक, स्थलाकृत, जलवायु एव प्राकृतिक ससाधनो की सम रुपता के आधार पर सन्तुलित एव नियोजित विकास हेतु प्रदेश को चार खण्डो मे विभक्त किया गया है। ये खण्ड जैसे पश्चिमी, केन्द्रीय, पूर्वी तथा बुन्देलखण्ड आदि है।[2]

---

1 **मनोरमा इयर बुक, 2000, पृष्ठ-646**

2 **पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 107**

जनपद इलाहाबाद की ऐतिहासिक प्रास्थिति :

इलाहाबाद जनपद उत्तर प्रदेश के मण्डलीय कार्यालयो एव जिलो मे से एक है। गगा, जमुनी सस्कृति को आत्मसात् करने वाली भरद्वाज मुनि की तपोस्थली, जिसके वक्ष स्थल पर श्रेयसदात्री मन्दाकिनी–कालिन्दी का सगम, सागर मथित सुधा–सिञ्चत पौराणिक वट वृक्ष, विश्व विश्रुत नेहरू सदृश पुत्र–जननी, प्रयाग भूमि मौर्य काल से मुगल काल तक की कलाओ को सजोय हुए, स्वतत्रता आन्दोलन की केन्द्र स्थली, विश्व मानस पटल पर इलाहाबाद के नाम से अकित है। यह स्थल अपने प्राचीन नाम प्रयाग से विख्यात था साक्ष्यो के अवलोकन से (यथा–मनु–स्मृति, रघुवश महाकाव्यम् राम चरित मानस अयोध्या काण्ड) ऐसा प्रतीत होता है।[3] महाभारत के अनुसार सृष्टि के देवता ब्रह्मा ने यहॉ यज्ञ किया था। जिसकी शाब्दिक मीमासा प्र+याग से इस शब्द की उत्पत्ति हुई। ***''प्र''*** शब्द उत्तम का द्योतक है और याग शब्द यक्ष का द्योतक है।[4] बौद्ध ग्रन्थ ''विनय पिटक'' मे भी शब्द प्रयाग प्रयुक्त हुआ। बाल्मीकि रामायण के अनुसार कुश नामक एक प्राचीन राजा के सबसे बडे पुत्र कुशाम्ब द्वारा इस नगरी की स्थापना की बात कही गयी है।[5]

चीनी यात्री युवान च्वाड (हुआनत्साग) जो 629 ई० से 645 ई० तक भारत मे रहा,[6] अपने यात्रा वृतान्त मे तत्कालीन सम्राट हर्ष के प्रशासन के बारे मे उल्लेख किया है। उक्त महाराज हर्ष वर्धन के सम्बन्ध मे ऐसा कथनाक है कि सम्राट प्रयाग मे

---

3 समाचार पत्र हिन्दुस्तान 9 नवम्बर 2000

4. दि जर्नल आफ दि इलाहाबाद हिस्टारिकल सोसाइटी खण्ड-1 इलाहाबाद, पृष्ठ-1

5 उ०प्र० जिला गजेटियर इलाहाबाद वर्ष 1986 पृष्ठ-12

6 रामायण बाल काण्ड सर्ग 32 श्लोक 1 और 6, घोष एन०एन० ऐन अर्लीहिस्ट्री आफ कौशाम्बी वर्ष 1935 पृष्ठ-84

सभाये करता था[7] तथा ऐसे अवसरो पर राजा अपने सचित धन को गरीब, दरिद्रो, ब्राह्मणो, बौद्ध तथा जैन भिक्षुओ को मुक्त हस्त से दान बाटता था और जवाहरात, समान, कपडे, हार, कर्णफूल, कगन, कण्ठहार तथा अपने मुकुट के रत्नो को दान मे देकर अपनी दनशीलता और उदारता की छाप छोडता था। उपरिवर्णित चीनी यात्री (युवान च्वाड) एक सभा मे उपस्थित था।

इतिहास कार बदायूनी के अनुसार अकबर सन् 1575 मे प्रयाग आया और इस शहर का नाम इलाहाबाद रखा। कुछ और गैर प्रमाणिक स्रोतो के आधार पर यह शब्द इलाहाबास का विकृत रूप है।[8] इला, पुरुरवा ऐल की मा का नाम था "वास" शब्द सस्कृत के आवास का द्योतक है। अर्थात् इला का वास स्थान, जिसे अकबर द्वारा इलाहाबास एव तत्कालीन इलाहाबाद इसी इलाहाबास का विकृत रूप है। परन्तु कुछ गैर प्रमाणिक उर्दू ग्रन्थो के आधार पर इलाह–आबाद (अर्थात् अल्लाह का वसाया गया नगर) से इलाहाबाद शब्द प्रचलन मे आया।

यह नगर प्राकृतिक रूप से गगा एव यमुना नदियो द्वारा दो भागो मे विभाजित है। प्रशासनिक सुविधा एव जन प्रगति के सुनिश्चयन हेतु तत्कालीन राज्य द्वारा अप्रैल 1997 मे कौशाम्बी जो इलाहाबाद के दक्षिण–पश्चिम मे स्थित है। नव जनपद का गठन कर इलाहाबाद जनपद को पुर्नगठित किया गया।

जनपद की भौगोलिक प्रास्थिति

इलाहाबाद जनपद भारत के मानचित्र मे 24°47' और 25°47' अक्षाश उत्तर तथा 80° 9' और 82°21' देशान्तर पूर्व मे स्थित है। पूर्व से पश्चिम तक इसकी लम्बाई 117 कि०मी० है (जिसमे नव गठित जनपद कौशाम्बी भी सम्मिलित है) तथा उत्तर से दक्षिण

---

7 राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसन्धान औरप्रशिक्षण परिषद "प्राचीन भारत" पृष्ठ-218

8 त्रिपाठी आर०एस० हिस्ट्री आफ कन्नौजवर्ष 1959 पृष्ठ-157-161

तक चौडाई 101 कि०मी० है। जनपद का क्षेत्रफल भारतीय सर्वेक्षण के अनुसार 7254 वर्ग कि०मी० है[9] एव जिला अभिलेखो के अनुसार 7261 वर्ग कि०मी० है। कौशाम्बी जनपद जो इलाहाबाद जनपद का ही भाग था । शासकीय गजट प्रकाशित होने के बाद इलाहाबाद जनपद का वर्तमान क्षेत्रफल 5437 2 वर्ग कि०मी है।

जनपद इलाहाबाद के उत्तर मे जनपद प्रतापगढ तथा उत्तर पूर्व मे जनपद जौनपुर स्थित है। दक्षिण मे मध्य प्रदेश राज्य का रीवा जनपद स्थित है। दक्षिण पूर्व मे जनपद मिर्जापुर, दक्षिण–पश्चिम मे जनपद बादा, पूर्व मे नवगठित जनपद सन्त रविदास नगर तथा पश्चिम मे कौशाम्बी जनपद स्थित है।

जनपद की जलवायु

इलाहाबाद जनपद के गगापार उपखण्ड की जलवायु शीतोष्ण है। गर्मी के मौसम मे अधिक गर्मी, सर्दी मे अत्यधिक सर्दी एव वर्षा ऋतु का मौसम सुहावना होता है। वर्ष 1999-2000 मे यहा उच्चतम तापमान 44 8 सेण्टीग्रेट तथा न्यूनतम तापमान 4 1 सेण्टीग्रेट रहा। जनपद के दो उपखण्डो मे औसत मात्रा मे वर्षा होती है। वर्षा दक्षिण से उत्तर घटती जाती है। वायु मे आर्द्रता मानसून की अवधि मे 70 से 80 प्रतिशत रहती है। मानसून के बाद गर्मी 20 प्रतिशत रह जाती है। 85 प्रतिशत वर्षा मानसून मे होती है। वर्ष 2000 मे सामान्य वर्षा 954 मि०मी० हुई थी। तथा वास्तविक वर्षा 769 मि०मी० हुई थी।

भू स्थलाकृति ·

इलाहाबाद जनपद प्राकृतिक विषमताओ के कारण गगापार एव यमुना पार दो उपखण्डो मे विभाजित है। गगा पार की भूमि समतल एव उपजाऊ है। यमुना पार क्षेत्र की भूमि असमतल एव ऊची–नीची है तथा भूमि कम उपजाऊ है। इस क्षेत्र मे

---

9 **उ०प्र० जिला गजेटियर इलाहाबाद वर्ष 1986 पृष्ठ-1**

विध्य–पर्वत की पहाडिया है। जिसमे इमारती पत्थर एव उच्च श्रेणी का सिल्का सैण्ड पाया जाता है। यमुना का खादर क्षेत्र नगण्य है सिवाय दक्षिण–पश्चिम के जहा विस्तृत नीची भूमि है जिसमे अलतारा झील का थाला सम्मिलित है। और यह पबोसा पहाडियो की जो नदी के पार्श्व मे स्थित है,उभरी हुई चट्टानो से मिली हुई है।[10]

नदिया, तालाब एव अन्य जल संसाधन .

प्राकृतिक रूप से गगा एव यमुना नदिया पूरे वर्ष भर बहती रहती है। गगा तथा यमुना का सगम होने के पश्चात पूर्व दिशा मे बहती है। इसके अतिरिक्त टोन्स, बेलन, ससुरखदेरी, मनसइता, लपरी, बैरगिया, सरइहा, किलनाही, लोनी आदि छोटी–छोटी नदिया भी जनपद मे बहती रहती है। अतिवृष्टि होने पर जनपद मे बाढ का खतरा बन रहता है। नदियो के किनारे वाले ग्रामो मे पानी भर जाता है। जनपद मुख्यालय इलाहाबाद नगर तीन ओर से गगा यमुना नदियो से घिरा हुआ है। जिससे बाढ आने की आशका प्रत्येक वर्ष बनी रहती है। जनपद के उपखण्ड गगापार मे जल निकास की समुचित व्यवस्था न होने के कारण छोटे एव बडे तालाब की एक श्रृखला है। योगी तालाब, दानी तालाब, मैलहन एव कनिहाली आदि प्रमुख है। यमुना क्षेत्र मे बेलसरा एव कान्ती झील है।

भौमिक स्वरूप ·

जनपद को दो उपखण्डो मे विभाजित किया गया है गगापार एव यमुनापार, उपखण्ड गगापार क्षेत्र की तहसीलो फूलपुर, सोराव एव हडिया मे दोमट तथा लोम मिट्टी का बाहुल्य है। जिनकी लम्बाई मिट्टी बाढ से प्राय अक्रान्त हो जाती है। यमुनापार उपखण्ड मे नदियो से ज्यो–ज्यो दूरी बढती जाती है। मटियार एव लोम का प्रादुर्भाव होने लगता है और पहाडी मिट्टी का फैलाव दृष्टिगत होने लगता है।

---

10 उ०प्र० जिला गजेटियर इलाहाबाद वर्ष 1986 पृष्ठ-1

प्रशासनिक ढाचा

प्रशासनिक सुविधा की दृष्टि से जनपद को 8 तहसीलो तथा 20 सामुदायिक विकास खण्डो मे विभाजित किया गया है। पचायती राज व्यवस्था के विकेन्द्रीकरण हेतु जिले को 20 क्षेत्र पचायत, 1425 ग्राम पचायत, 9 नगर पचायतो मे विभक्त किया गया है। इसके अतिरिक्त जनपद मे 1 छावनी क्षेत्र, एक नगर निगम तथा अपराध एव न्याय प्रशासन को सुदृढ करने हेतु 39 पुलिस थाने, व्यवहार अदालत एव 218 न्याय पचायत का गठन किया गया है। प्रदेश के उच्च न्यायालय का मुख्यालय भी इलाहाबाद है। जनपद का प्रशासनिक स्वरूप इस प्रकार है।

जनपद इलाहाबाद

क्रम सख्या	तहसील का नाम	क्षेत्र पचायत का नाम	क्रम सख्या	तहसील का नाम	क्षेत्र पचायत का नाम
1	सदर		6	करछना	14 चाका
2	सोराव	1 कौडिहार			15. करछना
		2 होलागढ	7	मेजा	16 कौधियारा
		3 मऊआइमा			17 उरुवा
		4 सोराव			18 मेजा
3	फूलपुर	5 बहरिया	8.	कोराव	19 कोराव
		6 फूलपुर			20 माण्डा
		7 बहादुरपुर			
4	हडिया	8 प्रतापपुर			
		9 सैदाबाद			
		10 धनूपुर			
		11 हडिया			
5	बारा	12 जसरा			
		13 शकरगढ			

स्रोत अर्थ एव सख्या विभाग आर्थिक सामाजिक पत्रिका जनपद – इलाहाबाद

संसाधन विश्लेषण ·

इलाहाबाद जनपद का ससाधन विश्लेषण प्राकृतिक एव मानवीय ससाधन के रूप मे किया जा सकता है। प्राकृतिक ससाधन द्वारा विकास के लिए उपलब्ध सम्पदाओ का विदोहन किया जाता है। जबकि मानवीय ससाधन द्वारा उनके वृद्धि तकनीकी ज्ञान कौशल आदि के सामजस्य से उपयोगिता का सृजन करते हुए विकास का मार्ग प्रशस्त किया जाताहै। उपर्युक्त ससाधनो का आपसी तालमेल किसी भी क्षेत्र के आर्थिक एव औद्योगिक विकास मे महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

मानवीय ससाधन :

जनांकिकी

जनगणना वर्ष 1981 के अनुसार इलाहाबाद जनपद मे कुल 3797033 व्यक्ति थे। जिसमे पुरुषेा की सख्या 2008771 एव स्त्रियो की सख्या 1788262 थी, जनगणना वर्ष 1991 के अनुसार जनपद की जनसख्या बढकर 4921313 व्यक्ति हो गयी। जिसमे 2624829 पुरुष तथा 2296484 स्त्रिया थी। जनगणना वर्ष 2001 के अनुसार इलाहाबाद जनपद की जनसख्या बढकर 4941510 व्यक्ति हो गई जिसमे 2625872 पुरूष तथा 2315638 स्त्रिया है । जनगणना वर्ष 1981 की तुलना मे वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद की जनसख्या मे 30 78 प्रतिशत की बढोत्तरी हुई थी तथा दशक 1991 से 2001 मे वृद्धि दर मे कुछ कमी हुई और वृद्धि दर 26 72 प्रतिशत रही ।

जनसख्या घनत्व

इलाहाबाद जनपद का जनसख्या घनत्व वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार 653 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० था । जबकि वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनसख्या घनत्व 678 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० हो गया। इलाहाबाद मण्डल का

जनसख्या घनत्व 596 व्यक्ति प्रतिवर्ग कि०मी० तथा इलाहाबाद जिले का जनसख्या घनत्व 719 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी० था जबकि उत्तर प्रदेश का जनसख्या घनत्व 473 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० था। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद का जनसख्या घनत्व बढकर 911 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी० हो गया तथा उत्तर प्रदेश का जनसख्या घनत्व 689 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी एव भारत का जनसख्या घनत्व 324 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी० है । इलाहाबाद मे सबसे अधिक जनसख्या घनत्व 988 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० सोराव तहसील के सोराव विकास खण्ड का है। तथा सबसे कम जनसख्या घनत्व 221 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० बारा तहसील के विकास खण्ड शकरगढ का है।

लिंगानुपात :

वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद मे प्रति एक हजार पुरुषो पर स्त्रियो की सख्या 890 थी। यह लिगानुपात जनपद के उपखण्डो मे भिन्न–भिन्न था। यथा–गगा पार उपखण्ड क्षेत्र मे प्रति एक हजार पुरुषो पर 923 स्त्रिया तथा यमुनापार उपखण्ड क्षेत्र मे 894 स्त्रिया थी। जनपद की ग्रामीण जनसख्या का लिगानुपात प्रति एक हजार पुरुषो पर 908 स्त्रिया तथा नगरीय क्षेत्र मे प्रति एक हजार पुरुषो पर 822 स्त्रिया थी। वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद का लिगानुपात प्रति एक हजार पुरुषो पर 873 स्त्रिया थी। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार प्रति एक हजार पुरूषो पर 882 स्त्रिया है जबकि उत्तर प्रदेश मे प्रति एक हजार पुरूषो पर 898 स्त्रिया है ।

अनुसूचित जातियॉ एवं जन जातियॉ ·

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार अनुसूचित जातियो एव जनजातियो की जनसख्या कुल जनसख्या का 24.5 प्रतिशत थी। जबकि उत्तर

प्रदेश मे अनुसूचित जातियो एव जनजातियो की जनसख्या 21 4 प्रतिशत थी। वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद मे अनुसूचित जातिये की कुल जनसख्या 1202847 तथा जनजातियो की जनसख्या 2204 थी। जबकि वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार कुल अनुसूचित जातियो की जनसख्या 931075 तथा जनजातियो की जनसख्या 256 थी। जनपद के पुनर्गठन के पश्चात जनपद इलाहाबाद मे अनुसूचित जातियो एव जनजातियो की जनसख्या, वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार कुल जनसख्या का 21 4 प्रतिशत है वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद मे कुल अनुसूचित जातियो की जनसख्या 801023 तथा जनजातियो की जनसख्या 2175 है।

कर्मकारो की सख्या

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार कुल कर्मकारो की सख्या 1311494 थी जो कुल जनसख्या का 29 6 प्रतिशत था, इसमे कृषको की सख्या 520358 कृषक, मजदूरो की सख्या 256860, खान–खोदने वाले मजदूरो की सख्या 2100, पशुपालन व्यवसाय मे सलग्न कर्मकारो की सख्या 4311, पारिवारिक व्यवसाय मे सलग्न कर्मकारो की सख्या 62047, गैर पारिवारिक व्यवसाय मे सलग्न कर्मकारो की सख्या 64774, निर्माण कार्य मे कर्मकारो की सख्या 8425, व्यापार एव वाणिज्य मे कर्मकारो की सख्या 53674, सग्रहण एव सचार मे कर्मकारो की सख्या 29730, अन्य व्यवसायो मे कर्मकारो की सख्या 285196 तथा जनपद मे 24019 सीमान्त कर्मकार थे।

पुनर्गठन के पश्चात इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार कुल कर्मकारो की सख्या 1207922 है। जिसमे से कृषक 471414 कृषक श्रमिक 251866, पशुपालन व्यवसाय मे 7042, खान–खेदने वाले 4591 पारिवारिक व्यवसायी 49243, गैर पारिवारिक व्यवसायी 66538, निर्माण कार्य मे कर्मकारो की सख्या

12932, व्यापार एव वाणिज्य मे कर्मकारो की सख्या 90380, यातायात, सग्रहण एव सचार मे कर्मकारो की सख्या 28991, अन्य कर्मकारो की सख्या 158027 तथा जनपद मे 66898 सीमान्त कर्मकार थे।

साक्षरता

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार कुल साक्षर व्यक्तियो की सख्या 1062742 थी, साक्षर पुरुषो की सख्या 833962 तथा साक्षर स्त्रियो की सख्या 229050 थी, जनपद मे कुल साक्षरता 28 प्रतिशत थी, वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद मे कुल साक्षरता 46 2 प्रतिशत थी । जिले मे साक्षर व्यक्तियो की सख्या 1376855 थी। जिसमे साक्षर पुरुषो की सख्या 1010147 तथा साक्षर स्त्रियो की सख्या 366708 थी । जनपद मे पुरुषो की साक्षरता 63 प्रतिशत तथा स्त्रियो की साक्षरता 26 6 प्रतिशत थी। जनपद के ग्रामीण क्षेत्रो मे साक्षरता 37 2 प्रतिशत थी जो नगरीय क्षेत्रो की साक्षरता 70 9 प्रतिशत से अत्यधिक कम थी। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद मे कुल साक्षरता 62 89 प्रतिशत है। जनपद मे कुल साक्षर व्यक्तियो की सख्या 2571906 है । जिसमे 1682961 पुरूष तथा 888945 स्त्रिया है । जनपद मे पुरूषो की साक्षरता दर 77 13 प्रतिशत जबकि स्त्रियो की दर 46 61 प्रतिशत है तथा उत्तर प्रदेश की कुल साक्षरता दर 57 36 प्रतिशत है । जिसमे पुरूषो साक्षरता दर 70 23 प्रतिशत महिला साक्षरता दर 42 98 प्रतिशत है ।

सामाजिक संरचना :

धर्म

इलाहाबाद जनपद के शहरी एव ग्रामीण परिवेश मे सामाजिक रहन–सहन मे सम भाव एव समधर्म की अभिव्यक्ति पायी जाती है। तथा जनपद मे विभिन्न धर्मो एव

सम्प्रदाय के लोग निवास करते है। वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद मे कुल जनसख्या का 86 79 प्रतिशत लोग हिन्दु धर्म को मानने वाले थे। हिन्दू धर्म के अनुयायी कुल 4271348 है। जिसमे से 3507762 ग्रामीण तथा 763586 नगरीय क्षेत्र मे थे। जनपद मे 12 94 प्रतिशत इस्लाम धर्म के अनुयायी है। इनकी कुल सख्या 663680 है। इसाई धर्म के अनुयायी 7268, सिक्ख धर्म के अनुयायी 3626, बौद्ध धर्म को मानने वाले 566, जैन धर्म को मानने वाले 1342, तथा 483 लोग अन्य धर्मो से जुडे है।

भाषा

जनपद के 98 प्रतिशत निवासियो की मातृ भाषा हिन्दी है। तथा लोगो के रहन–सहन मे प्रयोग की जाने वाली भाषा अवधी है। जिले के दक्षिण तथा दक्षिण पश्चिम मे बहोली एव पूर्व मे भेाजपुरी मिश्रित हो गयी है। जनपद मे बोली जाने वाली विभिन्न बोलिया एक दूसरे से मिश्रित है और वे किसी प्रकार की भौगोलिक सीमाओ से आवद्ध नही है।

प्राकृतिक एव भौतिक ससाधन :

इलाहाबाद जनपद की अर्थव्यवस्था को विकसित एव विकासोन्मुख करने के लिए उपलब्ध भौतिक सम्प्रदा का पूर्णरूप से विदोहन कर जन आकाक्षाओ एव आवश्यकताओ को मद्देनजर रखते हुए उपलब्ध शक्ति, सम्भाव क्षमता, योग्यता तथा साधनो का अधिकतम लाभ उठाकर नियोजन के माध्यम से आर्थिक एव औद्योगिक विकास को गति प्रदान की जा सकती है।

भूमि उपयोगिता एवं कृषि

इलाहाबाद जनपद का वर्ष 1996-97 के अनुसार कुल प्रतिवेदित क्षेत्रफल 518673 हेक्टेयर था। जबकि राज्य का प्रतिवेदित क्षेत्रफल 29807000 हेक्टेयर था।

जनपद की कुल जनसख्या का 74 63 प्रतिशत जनसख्या ग्रामीण क्षेत्रो मे निवास करती है। जनपद के 68 प्रतिशत व्यक्ति प्रत्यक्ष रूप से कृषि पर आधारित है। अत विकास कार्यो मे कृषि के विकास का प्रभाव मुख्य रूप से महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। वर्ष 1999-2000 मे इलाहाबाद जनपद का शुद्ध बोया गया क्षेत्रफल 3705286 हेक्टेयर, एक बार से अधिक बोया गया क्षेत्रफल 201918 हेक्टेयर, शुद्ध सिचित क्षेत्रफल 266812 हेक्टेयर सकल सिचित क्षेत्रफल 413649 हेक्टेयर था ।

सिंचाई

कृषि उत्पादन की अभिवृद्धि मे सिचाई के साधनो की भूमिका महत्वपूर्ण है। खाद्यान्न उत्पादन मे आत्मनिर्भर होने के लिए कृषि योग्य बजर भूमि तथा एक बार बोये गये क्षेत्र की सिचाई सुविधा का होना आवश्यक है। जनपद सिचाई के साधनो मे नहर की कुल लम्बाई वर्ष 1999-2000 के अनुसार 2211 कि०मी० राजकीय नलकूपो की सख्या 1006, निजी नलकूपो तथा पम्पिग सेटो की सख्या 54051 थी।

पशुधन एवं दुग्ध आपूर्ति .

पशुधन कृषि अर्थव्यवस्था की रीढ है। इससे कृषि कार्य एव कृषि उत्पाद के स्थानान्तरण, दूध, दही, मक्खन, समीष भोज्य पदार्थ उपलब्ध होता है। जो मनुष्य के लिए स्वास्थ्य वर्धक एव लाभदायक है। पशु अपने जीवनकाल मे ही मनुष्य की सेवा नही करते बल्कि मृत्यु के उपरान्त अपनी खाले, हड्डी, सीग आदि अवशेष छोडते है जिनके आधार पर औद्योगिक इकाईयो की स्थापना कर वस्तुओ का निर्माण किया जाता है। इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 1997 की पशु गणना के अनुसार कुल पशुओ की सख्या 1564738 थी ।

कृषि पर आधारित कृषको विशेष कर लघु एव सीमात कृषको तथा ग्रामीण निर्बल वर्ग को स्वावलम्बी बनाने तथा दुग्ध व्यापारियो को विचौलियो के शोषण से

बचाने के उद्देश्य से कार्यक्रम क्रियान्वित किया जा रहा है। इससे प्रत्यक्ष रूप से रोजगार के अवसर सुलभ हो रहे है तथा ग्रामीण दुग्ध व्यापारियो को अपने उत्पादन का परिमार्जित एव उचित मूल्य प्राप्त हो रहा है। जनपद मे दुग्ध विकास के लिए दुग्ध शाला इकाई की स्थापना की गई है। जनपद मे 300 दुग्ध सहकारी समितियो तथा 16333 दुग्ध उत्पादन सदस्यो के माध्यम से लगभग 20000 लीटर दुग्ध की आपूर्ति प्रतिदिन शहरी क्षेत्रो मे की जा रही है। जनपद मे दुग्ध की उपलब्धता के आधार पर मिल्क चिलिग प्लाट जैस–पराग, ममता आदि पहले से कार्यरत है।

हाईड एव स्किन (खाले)

इलाहाबाद जनपद मे पशुधन की उपलब्धता की स्थिति को देखते हुए हाईड एव स्किन प्रचूर मात्रा मे उपलब्ध है। यह मरे एव बध किये हुए जानवरो से प्राप्त होती है। वर्ष मे अनुमानत 227300 हाईड की उपलब्धता हो जाती है। इसी प्रकार लगभग 70400 स्किन खाले भी वर्ष मे उपलब्ध होती है। इनका अधिकाश भाग जनपद के बाहर भेजा जाता है। अत उपलब्ध उक्त कच्चे माल पर आधारित एक आधुनिक टैनरो की स्थापना की जा सकती है।

बोन (हड्डियां) ·

जनपद इलाहाबाद मे वर्ष मे लगभग 3473 मी० टन हड्डिया उपलब्ध होती है। जिनका प्रयोग जनपद मे स्थापित लघु औद्योगिक इकाईयो मे किया जा रहा है। चूकि जनपद मे बोन उपलब्धता को दृष्टिगत रखते हुए अतिरिक्त बोन मिल की स्थापना हेतु कच्चा माल पर्याप्त मात्रा मे शेष नही बच रहा है। फिर भी यदि आस–पास के जनपदो से हड्डियो का सकलन किया जाये तो एक बोन मिल की स्थापना की जा सकती है। हड्डियो का उपयोग उर्वरक एव साबुन आदि बनाने की इकाईयो मे किया जा रहा है।

जनपद मे विकास कार्यक्रमो का सचालन ·

2 अक्टूबर वर्ष 1980 को समन्वित ग्रामीण विकास कार्यक्रम का प्रारम्भ पूरे देश मे किया गया था। इस कार्यक्रम का उद्देश्य गावो मे रहने वाले गरीब लोगो को आय अर्जित करने की सुविधा जुटाना तथा अपना कारोबार शुरु करने के अवसर प्रदान करना है। यह प्रमुखत गरीबी उन्मूलन कार्यक्रम के रुप मे जारी किया गया था। इस कार्यक्रम का प्रारम्भ केन्द्र और राज्य द्वारा 50 50 के अनुपात मे वित्त पोषित था। इस कार्यक्रम के तहत केन्द्र द्वारा प्रदान की जाने वाली वित्तीय सहायता जिला ग्रमीण विकास एजेन्सी, डी०आर०डी०ए० को उपलब्ध कराई जाती है। जनपद मे ग्रामीण क्षेत्रो का विकास करने एव बेरोजगार नवयुवको को रोजगार एव स्वरोजगार प्रदान करने हेतु विभिन्न प्रकार के विकास पूरक कार्यक्रम –ट्राई सेम योजना, डी०डब्ल्यू०सी०आर०ए०, जवाहर रोजगार योजना, लघु सीमान्त कृषक विकास कार्यक्रम, सूखोन्मुख क्षेत्र विकास कार्यक्रम, नेहरु रोजगार योजना, लघु उद्यम योजना, नगरीय मजदूरी योजना, अम्बेदकर ग्राम विकास योजना, स्वीकृत ग्राम्य विकास कार्यक्रम, इन्दिरा आवास योजना, स्पेशल कम्पोनेट योजना आदि चलाये जा रहे है ।[11]

शिक्षा

जनपद की लगभग 79 प्रतिशत जनसख्या ग्रामीण क्षेत्रो मे निवास करती है। जनपद मे साक्षरता वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार 46.2 प्रतिशत थी । जिसमे ग्रामीण साक्षरता 70 9 प्रतिशत जबकि ग्रामीण साक्षरता 37.2 प्रतिशत थी। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद की कुल साक्षरता 62 89 प्रतिशत है। जनपद मे शिक्षा के क्षेत्र मे वर्ष 2000-2001 तक 1952 जूनियर बेसिक स्कूल जिसमे कुल छात्र एव छात्राओ की सख्या 411356 है जिन्हे पढाने के लिए कुल शिक्षक एव

---

11 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 130

शिक्षिकाये 6345 उपलब्ध है । 596 सीनियर बेसिक स्कूल जिसमे कुल छात्र एव छात्राओ की सख्या 99129 है जिनके अध्यापन के लिए कुल 3213 अध्यापक एव अध्यापिकाए नियुक्त है । 230 हायर सेकेन्ड्री स्कूल जिसमे कुल छात्र एव छात्राओ की सख्या 180029 है । इन विद्यार्थियो को पढाने हेतु 5214 अध्यापक एव अध्यापिकाए नियुक्त है। जनपद मे उच्चशिक्षा के क्षेत्र मे 3 विश्वविद्यालय तथा 24 महाविद्यालय स्थापित है जिसमे छात्रो एव छात्राओ की सख्या 42872 है । जिनके अध्यापन के लिए विश्वविद्यालय मे 368 अध्यापक 87 अध्यापिकाए एव महाविद्यालयो मे कुल 681 अध्यापक एव अध्यापिकाए नियुक्त है।

व्यवसायिक शिक्षा एवं तकनीकी शिक्षा ·

जनपद मे दो प्राविधिक शिक्षा सस्थान (इन्स्टीटयूट आफ इन्जीनियरिग रुरल टैक्नोलॉजी) इलाहाबाद पालीटेक्निक एव ग्रामीण क्षेत्र मे हडिया पालीटेक्निक है। इलाहाबाद नगर मे एक रीजनल इन्जीनियरिंग कालेज, एक राष्ट्रीय सूचना प्रौद्योगिकी सस्थान स्थापित है। उक्त के अतिरिक्त दो औद्योगिक प्रशिक्षण सस्थान स्थापित है। जो प्राविधिक शिक्षा के रूप मे योगदान कर रहे है। जनपद मे एक नार्दन रीसर्च इस्टीट्यूट आफ प्रिटिग टेक्नोलॉजी भी स्थित है जो प्रिटिग के क्षेत्र मे शिक्षा प्रदान करता है।

चिकित्सा एव जन स्वास्थ्य ·

जनपद के मुख्यालय इलाहाबाद नगर मे एक मेडिकल कालेज, एक जिला अस्पताल, सक्रामक रोगो का अस्पताल एव नेत्र चिकित्सालय है। कुष्ठ रोग का अस्पताल नैनी मे स्थापित है। जनपद मे वर्ष 2000-2001 तक एलोपैथिक चिकित्सालय एव औषधालय 140, थे जिसमे 115 राजकीय सार्वजनिक, 5 राजकीय विशेष, 8 स्थानीय निकाय, 5 सहायता प्राप्त निजी, 3 असहायता प्राप्त निजी,

4 आर्थिक सहायता प्राप्त, जनपद में चिकित्सा एवं जन स्वास्थ्य की सुविधा उपलब्ध कराने हेतु एलोपैथिक, आयुवैदिक, युनानी एवं होम्योपैथिक चिकित्सा पद्धति के अन्तर्गत प्रत्येक का एक–एक मेडिकल कालेज स्थापित है। जनपद में एलोपैथिक चिकित्सालय औषधालय 60, प्राथमिक स्वास्थ्य केन्द्र 81, आयुवैदिक चिकित्सालय औषधालय 32, युनानी चिकित्सालय एवं औषधालय 4, होम्योपैथिक चिकित्सालय औषधालय 31, परिवार एवं मातृ शिशु कल्याण केन्द्र 90 तथा उपकेन्द्र 390 कार्यरत हैं।

जल सम्पूर्ति :

वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार कुल आबाद ग्राम 2978 थे उत्तर प्रदेश जल निगम द्वारा कुल आबाद ग्रामों में से 2799 ग्रामों में नल हैण्डपम्प इंडिया मार्का–2 द्वारा 35.22 लाख जनसंख्या को स्वच्छ पेयजल की सुविधा उपलब्ध करायी गयी, जनपद के समस्त समस्या ग्रस्त ग्रामों में पेयजल सुविधा पहुँचा दी गई है। जिले के प्रत्येक समस्या ग्रस्त ग्राम में कम से कम दो–दो हैण्डपम्प लगाये गये हैं। यमुनापार पेयजल सुविधाओं से परिपूर्ण किया जा चुका है। गंगापार में पूर्ण जल सुविधा की कार्यवाही की जा रही है।

पर्यटन :

इलाहाबाद जनपद प्राचीन काल से एक तीर्थस्थल रहा है जो तीर्थराज प्रयाग के नाम से जाना जाता था। यहां गंगा–जमुना एवं सरस्वती (गुप्त गंगा) का संगम है। जिसका दर्शन एवं स्नान करने देश–विदश के लाखों व्यक्ति प्रतिवर्ष आते हैं। माघ के महीने में यहां पर प्रत्येक वर्ष एक विशाल मेला लगता है। संगम पर यमुना के किनारे पौराणिक अक्षयवट वृक्ष जो कि पुराणों के अनुसार प्रलय काल में पुनः हरा हो जाता था। जब समस्त सृष्टि जल मग्न हो जाती थी। तो उसी अक्षयवट वृक्ष पर भगवान बाल–मुकुन्द विराजमान होते थे। भरद्वाज मुनि का पवित्र आश्रम जहां पर 10000

विद्यार्थी निशुल्क शिक्षा प्राप्त करते थे। इसके अवशेष भी विराजमान है। इसके अतिरिक्त सती अनुसुइया का आश्रम, ऋग्वेद, झूसी, कौशाम्बी जहा पर घोसी मठ के भग्नावशेष विद्यमान है तथा जहा पर भगवान बुद्ध ने स्वय प्रवचन दिया था, श्रृग्वेरपुर जहा पर भगवान राम वन जाते समय गगा पार किया था आदि जनपद के प्राचीन पर्यटन स्थल है।[12]

मनोरजन

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 2000-2001 तक 34 सिनेमा गृह है, जिसमे सीटो की सख्या 15575 है । इसके अतिरिक्त जनपद मे नाटक एव सगीत कार्यक्रमो के आयोजन हेतु एक मेहता प्रेक्षा गृह भी है। अति प्रसिद्ध आनन्द भवन के अहात मे ही एक प्लेटोरियम भी है। जिसमे प्रत्येक दिन तीन शेा हिन्दी मे एक–एक शो अग्रेजी मे आकाशीय सितारो एव ग्रहो के कार्यक्रम का प्रदर्शन किया जाता है।

खेलकूद

राजकीय स्पोर्ट्स कालेज एव म्योहाल काम्पलेक्स इलाहाबाद तथा स्पोर्ट्स स्टेडियम कम्पनी बाग, इलाहाबाद द्वारा खेलकूद का प्रशिक्षण व प्रदर्शन तथा विभिन्न खेलकूद प्रतियोगिताओ का आयोजन किया जाता है।[13]

सेवायोजन :

बेरोजगार अभ्यर्थियो के उपयुक्त नियोजन एव आवश्यकता के अनुरूप जनशक्ति उपलब्ध कराने हेतु जनपद मे क्षेत्रीय सेवायोजन कार्यालय स्थापित है। यहा रोजगार इच्छुक अभ्यर्थी पजीकृत किये जाते है और विभिन्न स्थापनाओ मे रोजगार के अवसर उपलब्ध होने पर योग्यता, वरिष्ठतानुसार चुनाव हेतु भेजे जाते है। 31 मार्च 1998 को सेवायेाजन कार्यालय मे पजीकृत अभ्यर्थियो की सख्या 35560 रही, इस वर्ष रोजगार

---

12 **उ०प्र० जिला गजेटियर इलाहाबाद, वर्ष 1986, पृष्ठ-2,3**

13 **पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 131**

उपलब्ध होने पर योग्यता, वरिष्ठतानुसार चुनाव हेतु भेजे जाते है। 31 मार्च 1998 को सेवायोजन कार्यालय मे पजीकृत अभ्यर्थियो की सख्या 35560 रही, इस वर्ष रोजगार पाने मे 115 अभ्यर्थी सफल रहे। विभिन्न भर्ती बोर्डो, सेवा आयेागो, एव विज्ञापनो द्वारा सीधी भर्ती किये जाने, छटनी शुदा कर्मचारियो के समायोजन तथा सवेतन रोजगार मे घटते हुए अवसरो के कारण सेवायेाजन कार्यालय के माध्यम से रोजगार पाने वाले अभ्यर्थियो की सख्या उत्साहबर्धक नही है।

अनुसूचित जाति, जनजाति एव पिछडे वर्गो के बेरोजगारो की रोजगारिता मे वृद्धि हेतु प्रशिक्षण एव मार्गदर्शन केन्द्र स्थापित है। जहा उन्हे टकण, आशुलिपिक मे प्रशिक्षण तथा प्रतियोगी परीक्षाओ हेतु कोचिग प्रदान की जाती है। इसके अतिरिक्त व्यवसाय मार्गदर्शन इकाई द्वारा अभ्यर्थियो को शिक्षण प्रशिक्षण सेवायोजन एव स्वत नियोजन हेतु उपयुक्त मार्गदर्शन किया जाता है। सवेतन रोजगार जो सीमित सभावनाओ को देखते हुए स्वत नियोजन पर विशेष बल दिया जा रहा है।[14]

विद्युत शक्ति

विकास की प्रक्रिया मे विद्युत शक्ति की महत्वपूर्ण भूमिका है। औद्योगिक एव कृषि के क्षेत्र मे यह एक प्राथमिक आवश्यकता है। जनपद के सर्वांगीण विकास की गति को तेज करने के लिए विद्युत शक्ति के विकास हेतु निरन्तर बल दिया जा रहा है। ग्रामीण क्षेत्रो के समाज आर्थिक विकास को सुनिश्चित करनेके लिए ग्रामीण विद्युतीकरण, निजी नलकूपो का अर्जन तथा औद्योगिक विद्युतीकरण के कार्यक्रम पर विशेष बल दिया जा रहा है।

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 2000-2001 मे तक कुल विद्युतीकृत ग्रामो की सख्या 2562 थी । जनपद के समस्त 11 नगरीय क्षेत्र भी विद्युतीकृत है । इलाहाबाद जनपद

---

14 **पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 130**

ओवर पावरग्रीड से जुडा हुआ है। इसके मुख्य सब स्टेशन रीवा रोड 180 एम०वी०ए०, झूसी 34 5 एम०बी०ए० स्थापित है। इसी प्रकार विद्युत सब स्टेशन फीडिग क्षेत्र के अनुसार रीवा रोड, कोराव एव मेजा रोड तथा झूसी इलाहाबाद से मऊआइमा, कौडिहार, सैदाबाद, सिकन्दरा, फूलपुर, कटहरा, हडिया एव सोराव कार्यरत है। इनके अतिरिक्त फूलपुर तथा नैनी मे भी विद्युत सब स्टेशन लाइन 3635 कि०मी०, तथा लो टेशन लाईन 255 कि०मी० विद्युत वितरण के क्षेत्र मे स्थापित की गई है। इस प्रकार जनपद मे विद्युत व्यवस्था की स्थिति सृदृढ करने का प्रयास किया जा रहा है। फिर भी अनियमित विद्युत आपूर्ति औद्योगिक एव आर्थिक विकास के मार्ग मे महत्वपूर्ण समस्या बनी हुई है।

भूतल परिवहन

जनपद के आर्थिक एव सामाजिक विकास मे भूतल परिवहन का विशेष महत्व है। औद्योगिकरण के लिए यह आवश्यक है कि क्षेत्र के प्रमुख विपणन केन्द्रो से परिवहन के माध्यम से सीधा सम्पर्क हो, भूतल परिवहन को सडक एव रेल परिवहन मे विभाजित किया जाता है।

सडक परिवहन ·

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 1999-2000 तक कुल सडको की लम्बाई 3227 किमी० है तथा सार्वजनिक निर्माण विभाग द्वारा सघृत सडको की लम्बाई वर्ष 1999-2000 तक 2233 कि०मी० थी। सार्वजनिक निर्माण विभाग के अन्तर्गत राष्ट्रीय राजमार्ग 115 कि०मी०, प्रादेशिक राजमार्ग 187 कि०मी०, जिला मुख्यालय सडके 240 कि०मी० एव अन्य जिला ग्रामीण सडके 1687 कि०मी० थी। जनपद मे स्थानीय निकायो के अन्तर्गत वर्ष 1999-2000 तक 911 कि०मी० सडके थी जिसमे जिला पचायत के अन्तर्गत सडके 32 कि०मी० तथा नगर निगम/नगरपालिका परिषद नगर

पचायत कैण्ट क्षेत्र के अन्तर्गत सडके 879 कि०मी० थी। जनपद मे 50 कि०मी० सडके अन्य विभागो के अन्तर्गत थी। इस प्रकार जनपद मे वर्ष 1999-2000 तक कुल 3190 कि०मी० पक्की सडके थी। जनपद मे व्यवसायिक एव प्रशासनिक केन्द्र निकटतम जिलो मे सुव्यवस्थित राज पथ द्वारा मिले हुए है।

रेल परिवहन :

इलाहाबाद जनपद एव कौशाम्बी जनपद मे कुल 412 कि०मी० लम्बी रेल लाइन है। जिसमे दक्षिण पूर्व इलाहाबाद मुगलसराय 56 कि०मी० पूर्वी इलाहाबाद–वाराणसी 46 कि०मी०, उत्तर पश्चिम इलाहाबाद–कानपुर 65 कि०मी०, पूर्वी इलाहाबाद–जौनपुर–वाराणसी 61 कि०मी० उत्तरी इलाहाबाद–लखनऊ 43 कि०मी० तथा मध्य रेलवे 63 कि०मी०रेल लाइन है। इलाहाबाद जनपद पूर्वांचल का एक महत्वपूर्ण जक्शन है। जिससे देश –प्रदेश के विभिन्न भागो के लिए आवागमन की निरन्तर सुविधा उपलब्ध है। जनपद के औद्योगिक माल की ढुलाई के लिए भी रेल सुविधा पर्याप्त मात्रा मे उपलब्ध है। जनपद की औद्योगिक एव विकासशील आवश्यकताओ को ध्यान मे रखते हुए जिन क्षेत्रो को रेल लाइन से सवद्ध नही किया गया है। उन्हे जोडने की आवश्यकता है।

संचार सुविधा :

प्रगति की दिशा मे सचार सुविधायेा का महत्वपूर्ण योगदान है। इससे हम कम व्यय एव अल्प समय मे सम्पर्क स्थापित कर अपने कार्यो का सम्पादन कर सकते है। यह आर्थिक सामाजिक एव दैनिक जीवन की समृद्धि के लिए अत्यन्त उपयोगी है। वर्ष 2000-2001 तक जनपद मे कुल 407 डाकघर, 68 तारघर, 1460 पब्लिक काल आफिस एव 99368 टेलीफोन कनेक्शन की सुविधा उपलब्ध करायी गयी थी। विकास को गति प्रदान करने के लिए उक्त स्थिति अपर्याप्त है। सचार सुविधाओ का जनपद मे

प्रसार करने की आवश्यकता है। जिससे जनपद के सभी स्थानो को डाक तार, तार घर एव टेलीफोन की सुविधा उपलब्ध हो सके।

टेलीविजन सेवाएं .

जनपद इलाहाबाद के ग्रामीण क्षेत्रो के अधिकाश भागो मे स्वच्छ एव स्पष्ट प्रसारण हेतु 10 किलोवाट शक्ति वाला ट्रासमीटर इलाहाबाद नगर मे स्थापित किया जा चुका है।[15]

बैक एव वित्तीय सस्थाए

विकास योजनाओ पर होने वाला व्यय केन्द्र द्वारा प्रदेश के अतिरिक्त बचत के आधार पर स्वीकृत किया जाता है। अत घरेलू बचत को प्रोत्साहन देने तथा पूँजी निर्माण प्रक्रिया मे बैक वित्तीय सस्थाओ द्वारा महत्वपूर्ण भूमिका निभाने के साथ–साथ विकास कार्यक्रमो की सफलता एव सुचारु रूप से कार्यान्वित करने हेतु कृषि क्षेत्र मे कृषको को ऋण सम्बन्धी सुविधाए उपलब्ध कराने तथा रोजगार के अवसर उपलब्ध कराने की सुविधा प्रदान करती है। साथ ही ग्रामीण क्षेत्रो मे लघु उद्योगो एव नगरीय क्षेत्रा मे बडे उद्योगो से सम्बन्धित अवस्थापनागत सुविधाओ की स्थापना मे वित्तीय सहयोग प्रदान करती है। वही नागरिको की अर्जित पूँजी की सरक्षक होती है।

इलाहाबाद जनपद मे वित्तीय सस्थाओ के अन्तर्गत वर्ष 2000-2001 तक 170 राष्ट्रीयकृत बैक, 70 इलाहाबाद क्षेत्रीय ग्रामीण बैक, 36 जिला सहकारी बैक, 6 उत्तर प्रदेश भूमि विकास बैक, 10 अन्य गैर राष्ट्रीयकृत बैक तथा उत्तर प्रदेश वित्त निगम आदि साख तथा अधिकोषण की सुविधा उपलब्ध करा रही है।

उत्तर प्रदेश वित्त निगम ·

राष्ट्रीयकृत बैको के अतिरिक्त जनपद के औद्योगिक विकास हेतु उत्तर प्रदेश

---

15 **पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 135**

राज्य वित्त निगम का क्षेत्रीय कार्यालय इलाहाबाद मे स्थापित है। जो विकास हेतु अनेक प्रकार के ऋण प्रदान करता है। यह ऋण मुख्यत स्थायी परिसम्पतियो हेतु प्रदान करता है।

सहकारिता

इलाहाबाद जनपद की अर्थव्यवस्था प्रमुख रूप से कृषि आधारित है। यह आवश्यक है कि अर्थव्यवस्था की सुचारू एव सुव्यवस्थित रूप से सुदृढ आधार प्रदान करने के लिए कृषि एव सम्बन्धित क्रियाओ से आने वाली समस्याओ को दूर करने के लिए अर्थ की उपलब्धता सुनिश्चित की जाये।

कृषि क्षेत्र मे अर्थ की उपलब्धता को ध्यान मे रखते हुए सहकारिता की भूमिका महत्वपूर्ण हो जाती है। कृषको को सहकारिता के माध्यम से अल्पकालीन–दीर्घकालीन वित्तीय सुविधाए सुगमता से प्राप्त हो जाती है। यह ऋण व वित्तीय सुविधाए उन ऋण समितियो के द्वारा प्रदान की जाती है। जो मुख्यत सरकारी ऋण समिति के नाम से जाने जाते है। उद्देश्यो की प्राप्ति के लिए समय–समय पर सहकारी ढाचे को सुदृढ एव पुनर्गठित किया जाता रहा है। रिजर्व बैक आफ इण्डिया की सस्तुति से प्रारम्भिक कृषि ऋण समितियो को बहुउद्दशीय सहकारी समितियो मे पचायत स्तर पर पुर्नगठित किया गया है।

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 2000-2001 तक सहकारी समितियो की सख्या 260 थी। जिसमे सदस्यो की सख्या 489103 थी समितियो द्वारा विभिन्न स्रोतो से सकलित अशपूजी 50149 हजार रुपया तथा कार्यशील पूँजी 332773 हजार रुपया और कुल जमा धनराशि 52965 हजार रुपया थी। इन समितियो के द्वारा वितरित किये गये ऋण वर्ष 2000-2001 के दौरान कुल 119511 हजार रुपया था। सहकारी कृषि एव ग्राम विकास बैक द्वारा वितरित ऋण 123416 हजार रुपया था, समितियो के अन्तर्गत वर्ष

2000 2001 तक 2550 ग्राम थे। समितियो द्वारा अपनी पूँजी का सकलन सदस्यता शुल्क, अश पूँजी, सरकारी अश पूँजी, बधक ऋण, जिला सहकारी बैक द्वारा सहायकी दान तथा अन्य कोषो के माध्यम से किया जाता है।

उद्योग एवं औद्योगिक अवस्थापना :

इलाहाबाद जनपद प्राचीन भारत मे एक आत्म निर्भर जनपद था। यहा पर अपनी आवश्यकतानुसार वस्त्र कृषि यन्त्र तथा अन्य जीवनोपयोगी वस्तुओ का उत्पादन किया जाता था। चीनी यात्री फाहियान ने लिखा है कि प्रयाग के पतालपुरी मन्दिर के उत्तर तथा पश्चिम की ओर दुकानो की 15 कतारे बनी हुई थी।[16] अरब यात्री अलबरुनी जो 11वी शताब्दी के उत्तरार्द्ध मे इलाहाबाद आया था अपने यात्रा वृतान्त मे लिखा है कि इलाहाबाद एक वाणिज्यिक तथा औद्योगिक केन्द्र था मुगल काल मे इलाहाबाद कालीन उद्योग का केन्द्र बन गया था। जो मुगल साम्राज्य के पतन के साथ समाप्त हो गया।[17] अग्रेजी शासन काल मे जनपद की औद्योगिक सरचना पर कुठाराघात लगा। मुख्यतया स्थानीय उत्पादको को उनके व्यवसाय मे हतोत्साहित करने की अग्रेजो की नीति के कारण देशी उद्योगो की हालत उत्तरोत्तर गिरती गयी। फलस्वरूप अधिकाश लोग अपना पेशा छोड, कृषि कार्य अपनाने लगे, यातायात साधन के रूप मे 1865 मे रेल प्रणाली प्रारम्भ किये जाने से व्यवसाय एव उद्योग के विकास की नवीन प्रवृत्ति को बढावा मिला, सन 1914 18 के विश्व युद्ध कालमे उत्पन्न अभाव की स्थिति के कारण स्थानीय उद्योग पुन प्रारम्भ किये गये और इलाहाबाद महत्वपूर्ण औद्योगिक केन्द्र बन गया। स्वतत्रता के पश्चात जनपद मे औद्योगिक गतिविधिया तेज हुई, वर्ष 1957 मे नैनी मे एक विशाल औद्योगिक केन्द्र की स्थापना की गई।[18]

---

16 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 124
17 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 122
18 पाण्डेय, बी०एन०, इलाहाबाद रिट्रास्पक्ट एण्ड प्रास्पक्ट, पृष्ठ , 264

इलाहाबाद नगर तथा उसके चारो ओर स्थित 17 वृहत इकाईयो मे कॉच, कागज, इजीनियरिग का समान तथा उपकरण, छपी हुई किताबे, सूती कपडे, टार्च तथा बिजली का सामान निर्मित किया जाता था। जनपद वर्ष 1992 93 तक कारखाना अधिनियम 1948 के अन्तर्गत पजीकृत कारखाने 372 थे जबकि वर्ष 1990 91 मे 445 पजीकृत कारखाने थे। कार्यरत कारखाने 1992 93 मे 212 जबकि वर्ष 1990 91 मे 211 कारखानेथे। ऐसे कारखाने जिनके द्वारा आय विवरणी जमा की जाती थी। वर्ष 1992–93 मे 163 जबकि 1990–91 से 169 कारखाने थे। वर्ष 1992-93 तक औसत दैनिक कार्यरत श्रमिक एव कर्मचारियो की सख्या 25520 थी। वर्ष 1996-97 तक कारखाना अधिनियम के अन्तर्गत पजीकृत कारखानो की सख्या घट कर शून्य हो गई तथा कार्यरत कारखानो की सख्या मे भी निरन्तर कमी हो रही है । जो वर्ष 1996-97 तक 86 रह गयी थी। इसी प्रकार ऐसे कारखाने जो अपनी आय का विवरण आयकर विभाग मे दाखिल करते है उनकी सख्या भी 86 रह गयी है । जिसमे कार्यरत श्रमिक एव कर्मचारियो की सख्या 27782 हो गयी है । इनके द्वारा किये गये उत्पादन का कुल मूल्य 27092343 हजार रूपया है । जनपद मे 1997-98 तक सगठित एव असगठित क्षेत्र मे 3183 इकाईया कार्यरत थी । जिसमे से 29 खादी उद्योग 2922 खादी ग्रामोद्योग द्वारा परिवर्तित ग्रामीण उद्योग तथा 232 असगठित क्षेत्र की लघु इकाईया सम्मिलित है ।

औद्योगिक आस्थान

जनपद के औद्योगिक विकास के लिए औद्योगिक आस्थान की अत्यन्त आवश्यकता है। जनपद मे फूलपरु, नैनी, तेलियरगज आदि स्थानो मे औद्योगिक आस्थान का निर्माण किया गया है। इसके अतिरिक्त मिनी औद्योगिक आस्थान हण्डिया, मेजा, सोराव आदि विकसित है। शेष शकरगढ जसरा, करछना, कौधियारा, उरुवा,

कोराव, धनूपुर आदि अविकसित है। जनपद इलाहाबाद मे वर्ष 1997-98 तक 7 औद्यौगिक आस्थान थे जनपद मे आवटित शेड 51 परन्तु कार्यरत 39 शैड थे। आवटित प्लाट 510 जबकि कार्यरत प्लाट 141 थे। रोजगार मे लगे व्यक्तियो की औसत सख्या 658 थी । औद्योगिक उत्पादन 9692 हजार रुपया था। इलाहाबाद जनपद मे औद्योगिक अस्थान मे निरन्तर कमी हो रही है । जो वर्ष 2000-2001 तक औद्योगिक अस्थानो की सख्या 5, आवटित शैडो की सख्या 20, कार्यरत शैडो की सख्या 5, आवटित प्लाटो की सख्या 176, कार्यरत प्लाटो की सख्या 8, रोजगार मे लगे व्यक्तियो की औसत सख्या 89 तथा उत्पादन का कुल मूल्य घटकर 6160 हजार रूपया हो गया । इस प्रकार जनपद मे औद्योगिक आस्थानो की सख्या मे निरन्तर कमी हो रही है । जो विकास के क्षेत्र मे एक महत्वपूर्ण बाधा है ।

मिनी औद्योगिक आस्थान .

इलाहाबाद जनपद के ग्रामीण क्षेत्रे मे औद्योगिकरण को बढावा देने के उद्देश्य से मेजा, हडिया, तथा सोराव मे तीन–तीन एकड भूमि पर मिनी औद्योगिक आस्थान का निर्माण किया गया है। जो पूर्ण रूप से विकसित है। जनपद के शकरगढ मे 5 एकड भूमि, जसरा मे 5 10 एकड भूमि करछना मे 5 40 एकड भूमि, कौधियारा मे 5 एकड भूमि, उरुवा मे 5 एकड भूमि, सोराव मे 7 एकड भूमि तथा धनुपुर मे 4.50 एकड भूमि का अधिग्रहण मिनी औद्योगिक आस्थान हेतु किया गया है। इन मिनी औद्योगिक आस्थानो का विकास नही हो पाया है। आशा है कि निकट भविष्य में जनपद मे औद्योगिक विकास की गति को बढाने के लिए इन औद्योगिक आस्थानो का विकास किया जायेगा, जिसमे इन क्षेत्रो के भावी उद्यमियो को उद्योग स्थापना की सुविधा प्राप्त हो सके।

औद्योगिक क्षेत्र .

उत्तर प्रदेश औद्योगिक विकास निगम द्वरा 800 एकड भूमि नैनी मे अधिग्रहण के उपरान्त 2409 भू खण्डो मे विकसित किया गया है। नैनी जनपद की महत्वपूर्ण औद्योगिक नगरी के रूप मे विकसित है। इसके अतिरिक्त क्षेत्र का 50 एकड भूखण्ड केवल अनुपूरक उद्योगो के लिए आरक्षित है तथा श्रमिको के लिए आवास तथा अस्पताल के लिए भी 50 एकड भूमि सुरक्षित है। यहॉ पर 100 शैय्याओ वाले अस्पताल के शीघ्र ही बन जाने की सभावना है।

जनपद मे असगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाईया

इलाहाबाद जनपद के ग्रामीण एव नगरीय क्षेत्र मे असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत विभिन्न प्रकार की लघु एव लघुत्तर इकाईयो का विकास हुआ। जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त सूचना के अनुसार 31 मार्च 1999 तक जनपदमे 9360 औद्योगिक इकाईया स्थापित की गयी थी। जिनमे लगभग 43779 व्यक्तियो को रोजगार के अवसर सुलभ हुए है। उपर्युक्त औद्योगिक इकाईयो मे सबसे अधिक 2751 उद्योग अन्य विविध उद्योग वर्ग समूह की इकाईया है। दूसरे स्थान पर 1840 इकाईया कृषि पर आधारित उद्योग है। 1787 इकाईया तकनीकी पर आधारित है। जो तीसरे स्थान पर है। 1081 वन पर आधारित, 833 इकाईया वस्त्र पर आधारित , 346 इकाईया रसायन पर आधारित, 377 इकाईया भवन सामग्री पर आधारित तथा सबसे कम 345 इकाईया पशु पर आधारित है। वर्ष 2000-2001 तक इलाहाबाद जनपद मे पजीकृत कारखाने, लघु औद्योगिक इकाइया, खादी ग्रामीद्योग इकाईया एव इनमे कार्यरत व्यक्तियो की सख्या इस प्रकार है । वर्ष 2000-2001 तक कुल पजीकृत कारखाने 211 जिसमे कार्यरत व्यक्तियो की सख्या 6264 है । असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत लघु औद्योगिक इकाईयो की सख्या 58 एव कार्य व्यक्तियो की सख्या 269 है तथा खादी ग्रामोद्योग के

कार्यरत इकाइयो की सख्या 3162 जिसमे कार्यरत व्यक्तियो की सख्या 15743 है । जनपद मे व्यक्तिगत उद्योगपतियो द्वारा स्थापित औद्योगिक इकाईयो की सख्या 3343 जिसमे कार्यरत व्यक्तियो की सख्या 14034 है ।

साबुन एव अपमार्जक उद्योग

इलाहाबाद जनपद के ग्रामीण एव नगरीय क्षेत्र मे असगठित क्षेत्रके अन्तर्गत विभिन्न प्रकार के उद्योगो मे सलिप्त इकाईया पजीकृत है। जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त सूचना के अनुसार 31 मार्च 2002 तक जनपद मे 9838 औद्योगिक इकाईया पजीकृत की गयी है । जिसमे 47969 व्यक्तियो को रोजगार के अवसर सुलभ हुए है।

जनपद मे साबुन एव अपमार्जक उद्योग का विकास 1957 मे नैनी मे औद्योगिक, आस्थान की स्थापना के पश्चात् अन्य उद्योगो के विकास के साथ हुआ जनपद मे 1965 मे साबुन एव अपमार्जक उद्योग की दो इकाईया स्थापित की गयी थी। इनमे कुल विनियेाजित पूँजी 820000 रुपया थी। तथा उत्पादन 219000 रुपया का था। 20 व्यक्तियो को रोजगार प्राप्त था। जनपद मे 31 मार्च 2002 तक रसायन पर आधारित 397 औद्योगिक इकाईया थी जिसमे साबुन एव अपमार्जक उद्योग से सम्बन्धित 107 इकाईया थी जो विभिन्न प्रकार के साबुन एव अपमार्जक उत्पाद के उत्पादन मे कार्यरत थी। जैसे–डिटरजेन्ट केक, डिटरजेन्ट पाउडर, डिटरजेन्ट शोप, वाशिग शोप, वाशिंग पाउडर, वाशिग बॉथ, हेयर शैम्पू, लाण्ड्री शोप, क्लीनिग पाउडर, आवला शिकाकाई पाउडर आदि।

इलाहाबाद जनपद मे वर्ष 1984-85 मे साबुन एव अपमार्जक उद्योग की 6 इकाईया जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद मे पजीकृत थी। जिसमे 4 इकाइया नगरीय एव 2 इकाईया ग्रामीण क्षेत्रो मे स्थापित थी। जनपद मे वर्ष 1987-88 मे साबुन एव

अपमार्जक उद्योग मे 12 इकाइया पजीकृत थी जिसमे से 11 वाशिग शॉप तथा एक लाण्ड्री शॉप के उत्पाद मे कार्यरत 10 नगरीय एव 2 ग्रामीण क्षेत्रो मे थी। जबकि इसी वर्ष उत्तर प्रदेश मे 522 इकाईया साबुन एव अपमार्जक उद्योग मे पजीकृत हुई थी जिसमे से 458 इकाईया लाण्ड्री शोप, 2 इकाईया टायलेट शोप, 2 इकाईया लिक्विड शोप, 36 इकाईया पाउडर शोप, 3 इकाईया शोपफलेक्स, एक इकाई औद्योगिक शोप, 7 इकाईया सिथेटिक डिटरजेण्ट तथा 13 इकाईया लिक्विड वाशिग शोप की थी।

जनपद मे वर्ष 1991-92 मे 5 इकाईया साबुन एव अपमार्जक उद्योग मे पजीकृत हुई थी। जिसमे 2 नगरीय तथा 3 ग्रामीण क्षेत्रो मे थी। जबकि उत्तर प्रदेश मे इस वर्ष 469 इकाईया साबुन एव अपमार्जक उद्योग मे पजीकृत हुई थी। जिसमे से 235 इकाईया लाण्ड्री शोप, 31 इकाईया लिक्विड टायलेट शोप, 227 इकाईया लिक्विड शोप, केक एव डिटरजेण्ट पाउडर तथा 2 इकाईया हेयर शैम्पू बनाने की थी।

जनपद इलाहाबाद के साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग के उपर्युक्त विश्लेषण एव वर्षा वर्ष उद्योगो के स्थापना अवलोकलन से यह प्रतीत होता है कि इनमे बडा उतार–चढाव का क्रम रहा है। जैसा कि निम्न तालिका से स्पष्ट है –

तालिका 6.3 - साबुन एवं अपमार्जक उद्योग की पजीकृत इकाईयां :

वर्ष	पंजीकृत इकाइयों की संख्या	नगरीय	ग्रामीण	रोजगार में व्यक्तियों की संख्या
1984-85	6	4	2	28
1987-88	12	10	2	50
1991-92	5	2	3	15
1995-96	4	4	--	11
1996-97	7	7	--	24
1997-98	5	4	1	12
1998-99	7	3	4	21
1999-2000	2	1	1	7
2000-01	10	4	6	64
2001-02	7	5	2	29

स्रोत समस्त आकडे तथा तथ्य सामाजार्थिक समीक्षा एवं सांख्यिकीय पत्रिका जनपद इलाहाबाद एव जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त किये गये है।

जनपद मे साबुन एव अपमार्जक उद्योग के क्षेत्र मे स्थापित इकाइयो की सख्या वर्ष–प्रतिवर्ष परिवर्तनशील रही है। सबसे अधिक 12 इकाईया वर्ष 1987-88 मे पजीकृत इुई थी। वर्ष 1999-2000 मे 2 इकाईया सबसे कम पजीकृत हुई थी। वर्ष 2002, 31 मार्च तक 7 इकाईया साबुन एव अपमार्जक उद्योग मे पजीकृत हुई है । जिसमे से 5 नगरीय क्षेत्र मे तथा 2 ग्रामीण क्षेत्र मे स्थापित हुई है । जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त अभिलेखो के जाच से ज्ञात हुआ कि इलाहाबाद जनपद मे वर्तमान मे 107 इकाइया पजीकृत है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सग्रहीत प्रपत्रो एव अभिलेखो से ज्ञात होता है कि जनपद मे वास्तविक रूप मे साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग मे कार्यरत इकाईयो की सख्या कम है और उद्यमियो की यह धारणा पायी गयी कि कुछ समय तक कार्य करने के पश्चात अपनी औद्योगिक इकाई बन्द करके किसी अन्य कार्य मे सलग्न हो गये, वे साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग मे स्थायित्व नही कर पाये है ।

---

19 **समस्त आकडे तथा तथ्य समाजार्थिक समीक्षा, साख्यिकीय तथा औद्योगिक सर्वेक्षण प्रतिवेदन जनपद इलाहाबाद से प्राप्त किया गया है।**

सप्तम अध्याय

अध्याय-7

असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन के विपणन विधियां

विपणन

विपणन, उत्पाद को उत्पादक द्वारा मूल्य के बदले मे उपभोक्ता को किया गया आदान–प्रदान है। जिसमे मुख्य आशय लाभ का निहित होना है। लाभ वह है जो उत्पादक को उत्पाद के लागत मूल्य से कुछ अधिक मिलता है। वस्तुत लाभ उत्पाद की माग एव पूर्ति पर निर्भर करता है। इसलिये अधिकाधिक लाभ हेतु उत्पादक को उत्पादित वस्तु की माग के सम्बन्ध मे सम्प्रति अध्ययन नितान्त आवश्यक हो जाता है। जब परिस्थितियॉ ऐसी हो कि उसी किस्म के अन्य उत्पाद भी बाजार मे उपलब्ध हो तो उनकी गुणवत्ता, विक्रीत मूल्य और वस्तु के प्रति उपभोक्ताओ के आकर्षण का कारण इन सभी बातो पर ध्यान केन्द्रित करना आवश्यक हो जाता है और उत्पादक मे श्रृखला से हटकर कुछ नवीनतम आकर्षण लाने की प्रवृत्ति होनी चाहिए।

उत्पादन के पश्चात उत्पाद को उपभोक्ता तक पहुचाने की प्रक्रिया को विपणन कहा जाता है। विपणन के अन्तर्गत वस्तु के क्रय–विक्रय से सम्बन्धित क्रियाओ को सम्मिलित किया जाता है। विपणन क्रय–विक्रय से पूर्व उपभोक्ताओ की आवश्यकताओ का आकलन, विपणन अनुसधान, उत्पाद विकास मूल्य निर्धारण और वितरण से सम्बन्धित क्रिया कलापो का अध्ययन किया जाता है।

विपणन सावधानी पूर्वक सूत्रबद्ध कार्यक्रमो का विश्लेषण, नियोजन व्यवहार एव नियन्त्रण है। जिन्हे सगठनात्मक उद्देश्यो को प्राप्त करने के प्रयोजन से लक्ष्य बाजार के साथ मूल्यो के स्वैच्छिक विनिमय हेतु रुपाकित किया जाता है। लक्ष्य बाजार की आवश्यकताओ और आकाक्षाओ के अनुसार सगठन के प्रस्तावो के रुपाकन तथा प्रभावी मूल्य निर्धारण सचार एव सूचना के वितरण अभिप्रेरण और बाजार हेतु सेवाओ पर यह अत्यधिक निर्भर है।

इस प्रकार विपणन का आशय व्यापारिक क्रियाओ के पूरा करने से है। यह क्रियाए वस्तुओ और सेवाओ को उत्पादक से उपभोक्ता के प्रवाह को निर्देशित करती है। विपणन और उत्पादन का चोली–दामन का साथ है, जहॉ उत्पादन का कार्य समाप्त होता है विपणन का कार्य प्रारम्भ हो जाता है।

विपणन क्रियाए उत्पादन करने से ही प्रारम्भ नही होती है, बल्कि उससे पूर्व ही प्रारम्भ हो जाती है। उत्पादन से पूर्व ही उत्पाद के सम्बन्ध मे उपभोक्ताओ की इच्छाओ एव अभिरुचिओ की जानकारी प्राप्त की जाती है, जिससे उत्पाद के स्वरुप, गुणवत्ता, मूल्य तथा पैकिग करने आदि के सम्बन्ध मे निर्णय लिया जाता है। वस्तुत विपणन का अर्थ उपभोक्ताओ की आवश्यकतानुसार उत्पादन करके उत्पादक को उपभोग के लिए समर्पित करना है, जिससे कि जन–साधारण के रहन–सहन के स्तर मे वृद्धि हो तथा उपभोक्ताओ को सन्तुष्टि देते हुए लाभ प्राप्त किया जा सके।

विपणन एव विक्रय ·

सामाजिक एव व्यावसायिक दबाव के परिणामस्वरूप विगत लगभग तीस वर्ष पूर्व विपणन शब्द का प्रचलन हुआ, यद्यपि अन्तर्राष्ट्रीय विपणन बीसवी सदी मे व्यवहार मे आ चुका था परन्तु प्रारम्भ मे यह विक्रय के लिए अनेक कारको से जुडा था। सामान्यत व्यवहार मे विपणन और विक्रय को एक दूसरे का पर्याय के रुप मे स्वीकार किया जाता है। जबकि वस्तुत दोनो भिन्न है। विपणन शब्द के प्रचलन से पूर्व उत्पादक को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुचने का माध्यम विक्रय ही था। विक्रय के बढावा हेतु बाजार व्यवस्था का विकास हुआ जहॉ उत्पादक और उपभोक्ता प्रत्यक्ष रूप से वस्तुओ का क्रय–विक्रय करते है। विपणन विक्रय की पूववर्ती विचार धारा है विक्रय का क्षेत्र सीमित है। विक्रय का कार्य वस्तुओ एव सेवाओ को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुचाना है। जबकि विपणन क्रिया तो मस्तिष्क मे वस्तु के निर्माण का विचार आते ही

प्रारम्भ हो जाती है तथा विपणन अनुसधान, वस्तु नियोजन एव विक्रय के बाद की सेवाए भी शामिल की जाती है।

वर्तमान युग विपणन का युग है। पहले वस्तु को उत्पादित कर उसे बेचने का प्रयास किया जाता था, विक्रय के अधिक प्रभावी माध्यम अपनाये जाते थे, परन्तु अब ऐसा नही है, अब विक्रय की सभावनाओ को ध्यान मे रखकर ही उत्पादन किया जाता है। यह उपभोक्ता आधारित दृष्टिकोण है, उपभोक्ता की आवश्यकताए चाहते, रुचिया, पसन्द और सतुष्टिकरण उस उत्पाद की योजना एव रुपाकन के लिए मुख्य कारक माने जाते है, जिसे सगठन उत्पादित एव प्रस्तुत करने जा रहा है।

जिस प्रकार विपणन क्रिया वस्तु का उत्पादन पूर्ण करने पर प्रारम्भ नही होती है। उसी प्रकार यह क्रियाए वस्तु की अन्तिम बिक्री के साथ भी समाप्त नही हो जाती है। दुबारा बिक्री करने के लिए यह आवश्यक है कि उपभोक्ता को सन्तुष्ट रखा जाय इसके लिए यह जरूरी है कि वस्तु की गारण्टी तथा वस्तु की बिक्री के बाद की सेवाए दी जाए। वस्तुत विपणन का क्षेत्र अधिक विस्तृत हो जाता है और विक्रय इसका अग होता है। विपणन के अन्तर्गत कुछ प्रमुख तत्वो पर ध्यानाकार्षण आवश्यक हो जाता है।

विपणन नियोजन

नियोजन वस्तु प्रबन्ध का वह भाग है, जो वस्तु विकास की सम्भावनाओ का निर्धारण करता है, किन वस्तुओ का विपणन एव किनका परित्याग करना है, इसे निश्चित करता है, विपणन की जाने वाली वस्तुओ की विशेषताओ को निश्चित करके उन्हे अन्तिम वस्तुओ मे सम्मिलित करता है।

भविष्य मे क्या करना है, इसको वर्तमान मे निश्चित करना नियोजन कहलाता है। साबुन एव डिटर्जेन्ट उत्पाद उपभोक्ता वस्तु वर्ग के अन्तर्गत आता है। नियोजन के अन्तर्गत इसका विपणन कब, कैसे और कहॉ करना है तथा ऐसा करने मे क्या कठिनाइया आ सकती है, इस प्रकार नियोजन के अन्तर्गत साबुन एव डिटर्जेन्ट उत्पाद

के विपणन के सम्बन्ध मे भविष्य के लिए योजना बनाने से है। वर्तमान व्यावसायिक वातावरण मे उत्पादन सम्बन्धी निर्णय यह सोचकर नही लिया जाता, कि हम कितना उत्पादन कर सकते है। बल्कि यह सोचकर लिया जाता है कि उपभोक्ता किस प्रकार का साबुन चाहता है, किस मात्रा मे चाहता है, किस मूल्य पर चाहता है, इन्ही सब बातो के आधार पर ही निर्माता द्वारा निर्णय लिया जाता है, कि वह किस प्रकार का एव किस मात्रा मे साबुन का उत्पादन करे। उपभोक्ताओ की रुचियो एव आवश्यकताओ के अनुसार ही निर्माता द्वारा निर्णय लिए जाते है।

विपणन नियोजन विक्रय से सम्बन्धित भावी क्रियाओ की रुपरेखा तैयार की जाती है। इसके अन्तर्गत कार्यो को प्रारम्भ करने के पूर्व विक्रय सगठन के उद्देश्यो, नीतियो, कार्यक्रमो कार्यविधियो, नियमो, बजटो, रणनीतियो का निर्माण किया जाता है। नियोजन करने से कार्य मे सुनिश्चितता, शीघ्रता, मितव्ययिता और दूरदर्शिता आती है तथा दूसरी ओर भ्रान्ति, विरोधाभास उद्देश्यो के विपरीत कार्य, जल्दबाजी असावधानी तथा अदूरदर्शिता के दुर्गुण दूर होते है। उत्पाद के विक्रय प्रयासो मे समन्वय एव नियन्त्रण की भी सुलभता होती है।

विपणन अनुसंधान ·

विपणन अनुसधान एक प्रकार का वैज्ञानिक तरीका है, जिसमे वस्तुओ और सेवाओ का उत्पादन से लेकर उपभोक्ता तक पहुँचने की समस्याओ के तथ्यो का सकलन एव विश्लेषण होता है, जिससे विपणन तथा वितरण की समस्या को हल किया जा सके। लागत कम की जा सके तथा लाभ अधिक हो सके इन तथ्यो के आधार पर उचित व्यापारिक निर्णय लिये जा सके।

विपणन अनुसधान मे विपणन सम्बन्धी समस्याओ से सम्बन्धित बातो के बारे मे तथ्यो को एकत्रित किया जाता है। प्राप्त तथ्यो से विपणन समस्याओ के समाधान करने के लिए उपयोगी सूचनाए मिलती है जिससे कि निर्णय एव नियन्त्रण सम्बन्धी तकनीक

मे सुधार किया जा सकता है। इस प्रकार विपणन अनुसधान एक व्यवस्थित एव विस्तृत छान–बीन है।

विपणन विषयो के बारे मे निर्णय करने वालो को बाजार, उपभोक्ताओ, प्रतियोगिता व्यापार और वितरण से सम्बन्धित सूचनाओ की आवश्यकता होती है। विपणन अनुसधान ऐसी सूचनाओ को सकलित कर उपलब्ध कराता है।

विपणन अनुसधान वस्तुओ और सेवाओ को उत्पादको से उपभोक्ता तक विक्रय सम्बन्धी समस्याओ के सभी तथ्यो का व्यवस्थित सकलन, अभिलेखन और विश्लेषण है। इसके अन्तर्गत विक्रय एव बाजार से सम्बन्धित जोखिमो को कम करने का एक सगठित प्रयास है। विपणन अनुसधान निरन्तरता के आधार पर व्यावसायिक योजनाओ का निर्माण, विपणन प्रक्रिया के सभी पहलुओ की एक सुसगठित जाच–पडताल है। इस गहन अध्ययन का उद्देश्य वर्तमान तथा भावी विपणन समस्याओ की अधिक अच्छी समझदारी एव जानकारी प्राप्त करना है, जिससे निर्माता अपने विपणन प्रयासो नीतियो और निष्पादनो को आधारित कर सके। इसके परिणामस्वरूप व्यापारिक जोखिमो को कम करके अधिक अच्छी सफलता पा सके। साबुन के विपणन अनुसधान के अन्तर्गत प्रमुख तथ्यो का अध्ययन किया जाता है।

साबुन उत्पाद के सम्बन्ध मे अनुसधान :

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओ का विपणन प्रयास का आधार साबुन होता है। इससे निर्मित साबुन एव डिटर्जेन्ट के सम्बन्ध मे उपभोक्ताओ की असतुष्टि के कारणो का पता लगाया जाता है। इसमे यह भी पता लगाने का प्रयास किया जाता है। कि साबुन की गुणवत्ता मे कौन–कौन से सुधार किये जाये जिससे की वे उपभोक्ता द्वारा स्वीकार कर लिये जाये। उत्पाद सम्बन्धी अनुसधान मे साबुन की बनावटो, नामो, मूल्यो, सफाई की क्षमता, रगो, पर्याप्त मुलायमता, विशिष्टताओ, ट्रेडमार्को, पैकिग, पूजी एव सेवा आवश्यकताओ, भौतिक एव रासायनिक लक्षणो, कानूनी पहलुओ तथा अन्य

विक्रय आदि के सम्बन्ध मे अनुसधान कर उनको प्रभावी बनाया जा सकता है। मूल्य नीतियो मे परिवर्तन के लिए प्रतियोगी मूल्यो का अध्ययन किया जा सकता है।

साबुन के व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसंधान .

विपणन अनुसधान के अन्तर्गत भावी व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसधान किया जा सकता है। इस अनुसधान के अन्तर्गत भावी बिक्री का अनुमान, भावी लागतो का अनुमान, व्यापारिक प्रतिस्पर्धा का अनुमान, बाजार सम्बन्धी समस्याओ का अनुमान, भावी लाभ का अनुमान आदि बातो की जानकारी प्राप्त की जा सकती है। बाजार मे साबुन की विभिन्न किस्मे एव ब्राण्ड मौजूद है, जो सगठित एव असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित किये जाते है। साबुन एक उपभोक्ता माल है, जिसका क्रय बार–बार किया जाता है। इस अनुसधान के द्वारा उपभोक्ताओ की माग सम्बन्धी पूर्वानुमान लगाया जा सकता है।

साबुन के विपणन के सम्बन्ध में प्रचार-प्रसार सम्बन्धी अनुसंधान .

विपणन अनुसधान के अन्तर्गत उत्पाद के अधिकाधिक बिक्री के लिए प्रचार–प्रसार सम्बन्धी अनुसधान किया जा सकता है। प्रतियोगी सस्थाओ के प्रचार–प्रसार का सर्वेक्षण कर अपने प्रचार–प्रसार की विधियो मे परिवर्तन कर सकते है। सौन्दर्य प्रसाधनो एव रेडीमेड खाद्य तथा पेय पदार्थो के समान ही साबुन निर्माण एक ऐसा उद्योग है, जो पूरी तरह पैकिग और प्रचार पर आधारित है, ऐसे अनेक निर्माता इस उद्योग मे असफल हो चुके है, जिन्होने प्रचार–प्रसार पर उचित ध्यान नही दिया, इसके अनुसधान के द्वारा प्रचार–प्रसार के प्रभावी माध्यम, उपभोक्ताओ पर प्रचार–प्रसार का प्रभाव, तथा ग्राहको को आकर्षित करने योग्य प्रचार–प्रसार के तरीको का चुनाव किया जा सकता है। निर्माता द्वारा निर्मित साबुनकी गुणवत्ताए उच्चतम स्तर की है, पैकिग भी शानदार है तथा मूल्य भी अपेक्षाकृत कम, फिर भी ग्राहक उसे नही खरीदेगा, यदि उसका उचित विज्ञापन नही किया गया है।

विक्रय आदि के सम्बन्ध मे अनुसधान कर उनको प्रभावी बनाया जा सकता है। मूल्य नीतियो मे परिवर्तन के लिए प्रतियोगी मूल्यो का अध्ययन किया जा सकता है।

साबुन के व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसधान

विपणन अनुसधान के अन्तर्गत भावी व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसधान किया जा सकता है। इस अनुसधान के अन्तर्गत भावी बिक्री का अनुमान, भावी लागतो का अनुमान, व्यापारिक प्रतिस्पर्धा का अनुमान, बाजार सम्बन्धी समस्याओ का अनुमान, भावी लाभ का अनुमान आदि बातो की जानकारी प्राप्त की जा सकती है। बाजार मे साबुन की विभिन्न किस्मे एव ब्राण्ड मौजूद है, जो सगठित एव असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित किये जाते है। साबुन एक उपभोक्ता माल है, जिसका क्रय बार–बार किया जाता है। इस अनुसधान के द्वारा उपभोक्ताओ की माग सम्बन्धी पूर्वानुमान लगाया जा सकता है।

साबुन के विपणन के सम्बन्ध में प्रचार-प्रसार सम्बन्धी अनुसंधान :

विपणन अनुसधान के अन्तर्गत उत्पाद के अधिकाधिक बिक्री के लिए प्रचार–प्रसार सम्बन्धी अनुसधान किया जा सकता है। प्रतियोगी सस्थाओ के प्रचार–प्रसार का सर्वेक्षण कर अपने प्रचार–प्रसार की विधियो मे परिवर्तन कर सकते है। सौन्दर्य प्रसाधनो एव रेडीमेड खाद्य तथा पेय पदार्थो के समान ही साबुन निर्माण एक ऐसा उद्योग है, जो पूरी तरह पैकिग और प्रचार पर आधारित है, ऐसे अनेक निर्माता इस उद्योग मे असफल हो चुके है, जिन्होने प्रचार–प्रसार पर उचित ध्यान नही दिया, इसके अनुसधान के द्वारा प्रचार–प्रसार के प्रभावी माध्यम, उपभोक्ताओ पर प्रचार–प्रसार का प्रभाव, तथा ग्राहको को आकर्षित करने योग्य प्रचार–प्रसार के तरीको का चुनाव किया जा सकता है। निर्माता द्वारा निर्मित साबुनकी गुणवत्ताए उच्चतम स्तर की है, पैकिग भी शानदार है तथा मूल्य भी अपेक्षाकृत कम, फिर भी ग्राहक उसे नही खरीदेगा, यदि उसका उचित विज्ञापन नही किया गया है।

विपणन विधियाँ

आधुनिक काल में बडे पैमाने के उत्पादन, श्रम-विभाजन, विशिष्टीकरण और वैज्ञानिक तरीकों पर आधारित जटिलतम उत्पादन पद्धति के प्रयोग तथा शक्ति चालित तीव्रगामी परिवहन ससाधनों के विकास के फलस्वरूप विपणन की प्रक्रिया अत्यन्त जटिल हो गयी है । प्रत्येक वस्तु का उत्पादन अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचाने के उद्देश्य से किया जाता है । उत्पादित वस्तु को उपभोक्ता तक विभिन्न प्रकार के माध्यमों की सहायता से पहुँचाया जा सकता है । इन्ही माध्यमों द्वारा वस्तु को उपभोक्ता तक पहॅुचाने की कला को विपणन विधिया कहा जा सकता है । विपणन का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की आवश्यकतानुसार वस्तु की उपलब्धता सुनिश्चित करना है । जिससे उपभोक्ताओं को रहन-सहन के स्तर में वृद्धि हो तथा उपभोक्ताओं को सन्तुष्टि प्रदान कर उनके रहन-सहन के स्तर में वृद्धि करतें हुए लाभ प्राप्त किया जा सके ।

वर्तमान उपभोक्ता बाजार में एक ही उत्पाद की विभिन्न ब्रॉण्ड विक्रय के लिये उपलब्ध है । जिसके कारण उपभोक्ता को उत्पाद के चयन में कठिनाई का सामना करना पड़ता है । अत: उत्पादक द्वारा अपने उत्पाद पर कोई छाप चिह्न अकित किया जाना चाहिए, जिससे उपभोक्ता उस छाप, चिह्न को पहचान कर उसे खरीद सके । प्रत्येक उत्पादक का मुख्य उद्देश्य अधिकाधिक बिक्री द्वारा लाभ कमाना होता है । चाहे वह संगठित क्षेत्र का उत्पादक हो अथवा असंगठित क्षेत्र का हो । वर्तमान प्रतिस्पर्धात्मक बाजार के परिप्रेक्ष्य में विपणन के उद्देश्य की पूर्ति हेतु वस्तु को उपभोक्ता तक पहुंचाने के लिए विभिन्न प्रकार की वितरण विधियों का प्रयोग किया जाता है, क्योंकि उपभोक्ता तो असंगठित क्षेत्र की

उत्पादक इकाइयों से भी अधिक असगठित तथा दूर-दूर बिखरे हुए है और उनके द्वारा मांग की जाने वाली मात्रा भी भिन्न-भिन्न रहती है । अतः विपणन का यह कार्य वितरण द्वारा सम्पन्न किया जाता है ।

सर्वेक्षण के द्वारा एकत्रित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद की असंगठित क्षेत्र की साबुन इकाइयों द्वारा उत्पादित साबुन एवं अन्य उत्पाद का विपणन करने के लिए प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों विपणन विधियों का प्रयोग किया जाता है ।

प्रत्यक्ष विपणन विधि :

प्रत्यक्ष विपणन विधि के अन्तर्गत उत्पादक स्वयं अपने उत्पाद के सम्बन्ध में समुचित जानकारी उपभोक्ता को कराता है तथा उपभोक्ता की आवश्यकता एवं उत्पाद के प्रति व्यक्त क्रिया-प्रतिक्रिया एवं उनकी मनोवृत्त की जानकारी प्राप्त करता है । उत्पादक उपभोक्ता की मांग के अनुरूप वस्तु को निर्मित कर उनको उपलब्ध कराके अधिकतम सन्तुष्टि प्रदान करता है ।

प्रत्यक्ष वितरण विधि में उत्पादक और उपभोक्ता के मध्य शीघ्र सूचनाओं का आदान प्रदान हो जाता है । उत्पादक विपणन उद्देश्य की पूर्ति हेतु उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक शीघ्रता से पहुंचा कर उनकी मांग की पूर्ति कर देता है । किसी प्रकार के मध्यस्थ की आवश्यकता नही पड़ती है । उत्पादक स्वयं संपर्क स्थापित करके संभावी उपभोक्ताओं का पता लगाता रहता है ।

सर्वेक्षण द्वारा संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि जनपद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता, निर्मित साबनु एवं अन्य उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुचाने के लिए प्रत्यक्ष वितरण विधि का अधिक अनुकरण करते

हैं । जनपद इलाहाबाद के साबुन निर्माताओं द्वारा व्यवहार में साबुन उत्पाद के विपणन हेतु प्रत्यक्ष वितरण विधि के अन्तर्गत स्वयं की दुकान, शाखाओं , प्रदर्शन, व्यक्गित विक्रय आदि विधियों का प्रयोग करते हैं ।

स्वयं की दुकान द्वारा :

इस विधि में निर्माता अपनी स्वय की फुटकर दुकाने भिन्न-भिन्न स्थानीय बाजारों में खोलता है और दुकान पर स्वयं की उत्पाद की बिक्री करता है । भारत में संगठित क्षेत्र की बाटा इण्डिया लिमिटेड अपने निर्मित जूते एवं चप्पल का स्वयं की फुटकर दुकानें खोलकर विक्रय करती है । इसी प्रकार जय इंजीनियरिंग वर्क्स लिमिटेड स्वयं के निर्मित ऊषा पखे, ऊषा सिलाई मशीने अपनी फुटकर दुकान पर विक्रय करती है ।

सर्वेक्षण से ज्ञात हुआ कि जनपद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता जैसे मेसर्स चमन सोप फैक्टी, मेसर्स बासंल सोप वर्क्स, मेसर्स स्वास्तिक सोप उद्योग, मेसर्स बाबा वाशिग पाउडर केमिकल्स, मेसर्स सन सोप इण्डस्ट्रीज आदि अपने द्वारा निर्मित साबुन एव अन्य साबुन उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचाने के लिए इलाहाबाद जनपद के भिन्न-भिन्न बाजारों में अपनी स्वयं की दुकान खोलकर विपणन करते हैं । इन निर्माताओं द्वारा अपनी दुकान पर स्वयं के उत्पाद के अतिरिक्त अन्य संगठित क्षेत्र की विशिष्ट कम्पनियों के साबुन एवं डिटरर्जेण्ट का विपणन नहीं किया जाता है ।

प्रदर्शन द्वारा :

प्रदर्शन द्वारा उत्पादक अपने उत्पाद के मुख्य तत्वों के सम्बन्ध में ग्राहको के समक्ष उत्पाद का प्रदर्शन करके व्याख्या करता है एवं उम्मीद करता है कि ग्राहक

प्रेरित होगा और प्रतिक्रिया उत्पाद के पक्ष में व्यक्त करेगा । उत्पादक वार्तालाप में ग्राहक की समस्या को उजागर एवं हल के रूप में उत्पाद का प्रस्तुतीकरण करता है । उत्पादक ग्राहकों की समस्याओं का अध्ययन करता रहता है । तदुपरान्त कुशलतापूर्वक समस्याओं के हल प्रस्तुत करता है । समस्यायों के हल के रूप में उत्पाद के प्रयोग से सन्तुष्टि की वकालत करता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण जनपद में लगने वाले मेलों एव बाजारो में अस्थायी रूप से बडे आकर्षक ढंग से सजाकर दुकान खोलता है जिसपर ग्राहकों को प्रेरित करने के लिए प्रतियोगिताओं, विशेष उत्सवों, मनोरंजक प्रदर्शिनियों आदि का आयोजन करके उत्पाद का विपणन एवं वितरण करता है । जनपद के साबुन निर्माता जो अपने द्वारा निर्मित साबुन एवं डिटरजेण्ट पाउडर का विपणन स्वयं की दुकान के साथ-साथ प्रदर्शन द्वारा विपणन एवं वितरण करते पाये गये । वे सन वाशिंग सोप, उजाला वाशिंग सोप, बाबा वाशिंग पाउडर, धारा डिटरजेण्ट, जेस्ट वाशिंग पाउडर तथा ज्योति साबुन आदि हैं । इन साबुन निर्माताओं द्वारा प्रदर्शन के लिए रिक्शा ट्राली, प्रचार गाड़ियों का प्रयोग किया जाता है जिससे बाजारों एवं मेलों में अस्थायी तौर पर साबुन, डिटरजेण्ट एवं शैम्पू का विपणन एवं वितरण हो सके । ये ग्राहकों को अपने उत्पाद के प्रति आकर्षित करने के लिए मूल्य के सम्बन्ध में तथा साबुन की एक टिकिया के साथ एक विशेष प्रकार का उपहार देकर भी विपणन करते हैं ।

वैयक्तिक विपणन :

वैयक्तिक विपणन के अन्तर्गत उत्पादक स्वयं संभावित ग्राहकों का पता लगा कर उनके बारे में जानकारी प्राप्त करता है, फिर उनसे संपर्क स्थापित करके

उनके समक्ष उत्पाद को प्रस्तुत कर उत्पाद के गुणों को बताता है, एव ग्राहक द्वारा उठायी गयी आपत्तियों का समाधान करता है। इस विधि में उत्पादक उत्पाद के तत्वों को ग्राहकों के समक्ष प्रस्तुत करत है तथा उनकी प्रतिक्रियाओं के अनुसार उत्पादन एव विपणन प्रक्रिया को समायोजित कर लेता है । उत्पादक ग्राहकों से प्रत्यक्ष रूप में सूचनाओं का सग्रहण कर उत्पाद में उनके सुझावों के अनुसार सुधार कग्के ग्राहकों को सन्तुष्टि प्रदान करने का प्रयास करता है ।

यद्यपि कि यह विधि अपेक्षाकृत महगी पड़ती है, फिर भी सर्वेक्षण के आधार पर प्राप्त सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों द्वारा वैयक्तिक विपणन विधि के अन्तर्गत स्वयं व्यक्तिगत रूप से घर-घर जाकर ग्राहको से संपर्क स्थापित कर अपने उत्पाद के सम्बन्ध ग्राहकों की क्रिया-प्रतिक्रिया की जानकारी प्राप्त कर उसका अनुपालन करते हुए उत्पाद का विपणन एवं वितरण कर रहे हैं ।

डाक द्वारा :

विगत वर्षो में उत्पादकों द्वारा डाक के माध्यम से प्रत्यक्ष उत्पाद का विपणन एवं वितरण ग्राहकों को किया जाता था । उत्पादक अपने द्वारा उत्पादित उत्पाद की अच्छी प्रकार से पैकिग करके डाक खाने के माध्यम से वी0पी0पी0 द्वारा ग्राहक के पास पहुँचाता था । ग्राहक पत्र व्यवहार के माध्यम से प्रत्यक्ष संपर्क में रहता था । उत्पादक अपने उत्पाद की जानकारी विज्ञापन, सूची पत्रों, समाचार पत्रो, पत्रिकाओं एवं दिवाल पेन्टिग आदि के द्वारा ग्राहकों को कराते थे, जिससे उत्पाद को खरीदने के लिए ग्राहक प्रेरित होते थे और डाकखाने के माध्यम से उत्पाद को भेजने की सूचना पत्र व्यवहार से सूचित करते थे । वर्तमान संदर्भ में विभिन्न

प्रकार की पुस्तकों एव पत्र-पत्रिकाओं के विपणन एवं वितरण के लिए डाक द्वारा विपणन विधि का प्रयोग किया जाता है । इलाहाबाद जनपद में असगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा डाक द्वारा विपणन विधि का प्रयोग नही किया जाता है ।

दूरभाष द्वारा :

आधुनिक संचार प्रणाली के विकास से विपणन प्रक्रिया को भी गति मिली है । वर्तमान प्रतिस्पर्धात्मक बाजार में संगठित एवं असंगठित दोनों क्षेत्र के उत्पादक अपने उत्पाद को शीघ्रता से ग्राहकों तक पहुंचाने की कोशिश करते हैं और ग्राहक, आवश्यकता की वस्तु को शीघ्रता से प्राप्त करना चाहता है । विपणन प्रक्रिया दूरभाष विपणन विधि से आसान हो जाती है, इस विधि का प्रयोग भारत में दिल्ली की आटा मिले करती है । अमेरिका में दूरभाष विपणन विधि अधिकाधिक काम में लाई जा रही है । दूरभाष द्वारा विपणन एवं वितरण विधि का प्रयोग इलाहाबाद जनपद की असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा नही किया जाता है ।

स्वचालित मशीन द्वारा :

स्वचालित मशीन द्वारा विपणन सर्वप्रथम सन् 1977 में मुम्बई में किया गया, मशीन द्वारा विपणन में मशीन के अन्दर वस्तु को रख दिया जाता है और एक निर्धारित मूल्य का रुपया अथवा सिक्का मशीन में डालने पर वस्तु मशीन से स्वतः बाहर निकल आती है । वर्तमान समय में पश्चिमी देशो में स्वचालित मशीन द्वारा विपणन एव वितरण का प्रचलन अधिक पाया जाता है । भारत में भी कुछ विशिष्ट वस्तुओं का विपणन स्वचालित मशीन के द्वारा किया जा रहा

है। जनपद इलाहाबाद में केवल चाय का विपणन एव वितरण स्वचालित मशीन द्वारा किया जा रहा है ।

अप्रत्यक्ष विपणन विधिया :

आधुनिक विस्तृत बाजारीकरण के युग में उत्पादकों के लिए यह तो असम्भव ही है कि वह अपनी वस्तुऐ असख्य और दूर-दूर तक बिखरे हुए उपभोक्ताओं तक स्वय ही पहुँचा सके । इस उद्देश्य से बिखरे हुए उपभोक्ताओ तक उत्पाद को पहुंचाने के लिए अप्रत्यक्ष विपणन विधिया प्रयोग में लायी जाती है जिससे विभिन्न उपभोक्ताओं को उचित मात्रा में एव उचित समय पर उत्पाद की उपलब्धता, सुनिश्चित की जाती है ।

विपणन प्रक्रिया का मुख्य उद्देश्य उत्पाद को उत्पादक से अन्तिम उपभोक्ता तक पहुचाने से है । अप्रत्यक्ष विधि से आशय उत्पाद को मध्यस्थों की सहायता से उपभोक्ता तक पहुचाने से है । विपणन के सम्बन्ध में सगठित एवं असंगठित दोनों क्षेत्रों के उत्पादकों द्वारा उत्पाद के विपणन हेतु अप्रत्यक्ष विपणन विधि का प्रयोग किया जा रहा है । विपणन प्रक्रिया में मध्यस्थो को विपणन एजेंन्सियों की संज्ञा प्रदान की जा सकती है । ये विपणन एजेन्सियों एक दूसरे से कड़ी के रूप में जुड़ी होती है ।

उत्पादक → प्रतिनिधि → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

अप्रत्यक्ष विपणन का प्रयोग किया जाय बल्कि विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से ही उत्पाद को उपभोक्ता तक पहुचाया जा सकता है ।

1. उत्पादक → प्रतिनिधि → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

उत्पादक से प्रतिनिधि से शोक विक्रेता से उपभोक्ता विपणन प्रक्रिया का सबसे महत्वपूर्ण उद्देश्य उत्पादक द्वारा उत्पादित वस्तुओं का विक्रय करना है। वस्तु को उनके अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचाने के लिये उत्पादक को मध्यस्थों की सहायता लेनी पड़ती है, जिसे अप्रत्यक्ष विपणन की संज्ञा प्रदान की जा सकती है। इस विधि में उत्पादक वस्तु का विपणन सर्वप्रथम अपने प्रतिनिधि को करता है, प्रतिनिधि थोक विक्रेता को करता है, थोक विक्रेता, फुटकर विक्रेता को करता है, फुटकर विक्रेता अन्तिम उपभोक्ता को वस्तु का विक्रय करता है । इस प्रकार वस्तु को उत्पादक से अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचने में तीन मध्यस्थों के पास से होकर गुजरना पड़ता है। जिसके कारण अन्तिम उपभोक्ता तक पहुॅचने में अनावश्यक समय एवं धन खर्च होता है और लाभ का विभाजन भी विभिन्न मध्यस्थो के बीच हो जाता है ।

सर्वेक्षण से ज्ञात हुआ कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा इस विपणन विधि उपयोग न के बराबर किया जाता है ।

2. उत्पादक → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

कभी-कभी उत्पादक से थोक विक्रेता से फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता उत्पादक विपणन प्रक्रिया को सम्पन्न करने के लिए थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेताओ को मध्यस्थ के रूप प्रयोग करते हैं । इस विधि में उत्पाद उत्पादक से थोक विक्रेता को, थोक विक्रेता से फुटकर विक्रेता को तथा फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता को उत्पाद का विपणन किया जाता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर संग्रहीत सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के लगभग पाँच साबुन निर्माताओं द्वारा विपणन की इस विधि को प्रयोग किया जाता है ।

3. उत्पादक → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

बाजार में आधुनिक प्रतिस्पर्धा का सामना, उपभोक्ताओं की अधिकाधिक सेवा करने के लिए एक श्रेष्ठतम विपणन एवं वितरण का माध्यम होना, उत्पादक के लाभों में वृद्धि एव विक्रय खर्चो में कमी को द्योतक है । प्रत्येक उत्पादक अपनी विशेष आवश्यकताओं एव परिस्थितियों के अनुसार अलग-अलग मध्यस्थों का प्रयोग करते हैं । इस विपणन विधि द्वारा उत्पादक उत्पाद का विक्रय फुटकर विक्रेता को करता है । फुटकर विक्रेता अन्तिम उपभोक्ता को करता है ।

सर्वेक्षण के आधार एकत्रित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा उत्पाद के विपणन हेतु फुटकर विक्रेताओं का प्रयोग अधिकाधिक सख्या में किया जा रहा है । उत्पादक अपने द्वारा उत्पादित साबुन एवें डिटर्जेण्ट का विक्रय फुटकर विक्रेताओं को करता है । फुटकर विक्रेता अन्तिम उपभोक्ता को करता है । जनपद के साबुन निर्माता जैसे- डेबू ट्रेडिंग कम्पनी, करिश्मा वाशिंग पाउडर, चांदनी डिटर्जेण्ट वर्क्स, मलिक डिटर्जेण्ट, मोनी केमिकल्स वर्क्स आदि अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण फुटकर विक्रेता के माध्यम से करते हुऐ पाये गये ।

4. उत्पादक → प्रतिनिधि → उपभोक्ता

इस विपणन विधि में उपभोक्ता एवं उत्पादक के बीच सिर्फ एक ही कड़ी विक्रय प्रतिनिधि की रहती है । उत्पादक अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण

विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से अन्तिम उपभोक्ता तक उत्पाद को पहुँचाता है । भारत में अधिकाश दवा निर्माता विपणन की इस विधि का प्रयेाग करते हैं ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा निर्मित साबुन का विपणन करने के लिये इस विधि का प्रयोग किया जाता है । बंसल सोप, अर्चना केमिकल्स, श्याम केमिकल्स वर्क्स, करैली केमिकल्स वर्क्स, स्वास्तिक सोप उद्योग, बाबा वाशिंग पाउडर केमिकल्स वर्क्स, उजियाला वाशिंग सोप इन्डूस्ट्रीज आदि असंगठित क्षेत्र के इलाहाबाद जनपद के उत्पादक अपने साबुन एवं डिटर्जेण्ट का विपणन विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से करते पाये गये ।

5. उत्पादक → प्रतिनिधि → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

विपणन एवं वितरण की इस विधि के अन्तर्गत उत्पादक से प्रतिनिधि को, प्रतिनिधि से फुटकर विक्रेता को तथा फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता को वितरण किया जाता है । इस विपणन एवं वितरण विधि से उत्पाद की विक्रय लागत कम पड़ती है। देश में अधिकांश संगठित एवं असंगठित दोनों उत्पादको द्वारा इस विपणन विधि का प्रयोग किया जाता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर प्राप्त सूचनाओं से ज्ञात होता है कि जनपद इलाहाबद में चमन सोप फैक्ट्री, मिलन सोप वर्क्स, केशरवानी सोप वर्क्स, बीना सोप वर्क्स, बबलू वाशिंग सोप इन्डस्ट्रीज बाबा वाशिंग सोप इन्डस्ट्रीज आदि निर्माता जो अंसगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता हैं के द्वारा साबुन एवं डिटरर्जेण्ट तथा वाशिंग पाउडर का विपणन अपने विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से फुटकर विक्रेताओं तथा फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता को वितरण करते हुये पाया गया है ।

दोहरी विपणन विधियां :

आधुनिक उत्पादन प्रणाली के अन्तर्गत जिसमें बड़े पैमाने पर विभिन्न वस्तुओं का उत्पादन किया जाता है, विपणन एक जटिल समस्या बन गयी है । विस्तृत बाजार में दूर-दूर तक फैले उपभोक्ताओं तक वस्तुयें पहुँचाने में विपणन कार्य प्रत्यक्ष एव अप्रत्यक्ष रूप से मध्यस्थों विपणन कार्य में विशेष ज्ञान रखते हैं । जब उत्पादक उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए विपणन प्रत्यक्ष एव अप्रत्यक्ष दोनों विधियों का अनुकरण करता है तो इसे दोहरी विपणन विधि कहा जाता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है। कि जपनद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र के अनेक साबुन निर्माताओ द्वारा उत्पादित साबुन एवं डिटर्जेण्ट तथा वाशिंग पाउडर के विपणन हेतु प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों विपणन एव वितरण विधियों का प्रयोग किया जाता हैं । उत्पादक विपणन के लिये व्यक्तिगत विक्रय, प्रदर्शन के साथ-साथ मध्यस्थों की सहायता भी लेता है ।

जनपद के लगभग 20 उत्पादको द्वारा अपने उत्पाद के विपणन के लिये एवं विशेष प्रकार के कूपन का भी विभिन्न समयान्तराल में प्रयोग किया जाता है । जिससे उपभोक्ताओं को साबुन खरीदते समय कूपन दिखाने पर निर्धारित मूल्य से कम मूल्य पर साबुन प्राप्त हो जाता है, और उपभोक्ता इस कूपन को विक्रेता को दे देता हैं इससे निर्माता के साबुन विपणन में वृद्धि होती है ।

अष्टम अध्याय

अध्याय-8

विपणगत समस्यायें एवं उपचारात्मक उपाय

किसी भी औद्योगिक उत्पादन मे पूजी, श्रम एव उत्पादन के बाद जो सर्वाधिक महत्वपूर्ण समस्या उत्पन्न होती है, वह है, उपभोक्ता और बाजार की खोज। यद्यपि थोडा कम–ज्यादा उपभोक्ता बाजार सभी उत्पादो को मिल जाता है। फिर भी उत्पादक की प्रबल उत्कठा अधिकाधिक लाभ प्राप्त करने की होती है। लाभ उत्पाद के अधिकाधिक विक्रय पर निर्भर करता है। ठीक इसी प्रकार की कुछ समस्याये साबुन एव डिटर्जेन्ट उद्योग के साथ भी है। यहॉ यह कहना अधिक उपयुक्त होगा कि इस तरह की समस्याये सगठित क्षेत्रो की अपेक्षा असगठित क्षेत्रो मे अधिक है। इसलिए असगठित क्षेत्रो को शासकीय सहायता एव पूजी की आवश्यकता होती है। विगत विश्लेषणो के आधार पर यदि हम आधुनिक दृष्टिकोण पर दृष्टिपात करे तो उपभोक्ताओ के बढते प्रचार माध्यमो की तरफ आकर्षित होकर क्रय शक्ति निर्मित करना आम बात हो चली है। यद्यपि प्रचार माध्यम द्वारा वस्तु की गुणवत्ता पर न ध्यान देकर उपभोक्ताओ को चकाचौध मे भ्रमण कराते है। प्रचार माध्यम की सहायता से असगठित क्षेत्रो को अपना उपभोक्ता बाजार स्थापित करने मे अनेक जटिलताओ का सामना करना पड रहा है। जिसमे पूजी भी एक अहम समस्या है।

विपणन बाजार स्थापित करने मे बहुराष्ट्रीय कम्पनियो ने जिस तरह से फिल्मी सितारो एव धन के अपव्यय द्वारा जो सफलता पायी है। उस पर दृष्टिपात करना भी यहॉ प्रासगिक है। यदि इन आधारो पर असगठित क्षेत्र द्वारा उपभोक्ता बाजार के प्रतिस्पर्धात्मक कार्यो की तुलनात्मक विवेचना करे तो हम असगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाईयो को काफी दूर पाते है, इसमे धनाभाव आडे हाथो आता है। साबुन एव डिटर्जेन्ट उत्पाद मे प्रयुक्त रैपरो का प्रभाव अधिकाधिक है। आज जहॉ कार्यपालिका से

लेकर न्याय पालिका तक एव आधुनिक पर्यावरण विशेषज्ञो की राय तथा वैज्ञानिक खोजे, कच्चे पदार्थ (जो कि असगठित क्षेत्र की इकाईयाँ रुढवादिता के आधार पर प्रयुक्त करते है) की बढती लागत तथा उपरोक्त अन्य लागते इन इकाईयो के लिए इतना लाभ नही छोडती जिससे आधुनिक चकाचौध मे सम्मिलित होकर नये–नये उपभोक्ता बाजार स्थापित कर सके।

भारतीय अर्थव्यवस्था एक मिश्रित अर्थव्यवस्था है। यहा पूजीवाद और समाजवाद का सम्मिश्रण पाया जाता है। एक ओर देश मे सगठित क्षेत्र के बडे–बडे औद्योगिक सगठनो द्वारा साबुन एव डिटर्जेन्ट तथा अन्य सम्बन्धित उत्पादो का उत्पादन किया जाता है, और बाजार मे एकाधिकार सी स्थिति उत्पन्न हो गयी है । दूसरी ओर देश मे परम्परागत रुप से असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत लघु एव कुटीर उद्योग भी साबुन एव डिटर्जेन्ट का उत्पादन कर रहे है, जिनको सगठित उद्योग की प्रतिस्पर्धा ने इस क्षेत्र के उत्पाद को बाजार से बाहर कर दिया है। असगठित क्षेत्र को विपणन क्षेत्र मे अनेक समस्याओ का सामना करना पड रहा है। जिसके कारण इस क्षेत्र के उत्पाद का अधिक विक्रय बाजार मे नही हो पा रहा है। क्योकि सगठित क्षेत्र की बहुराष्ट्रीय कम्पनियो ने लगभग सम्पूर्ण बाजार पर अपना वर्चस्व बना रखा है।

असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत जनपद इलाहाबाद मे स्थापित साबुन निर्माण की इकाईयाँ अपने आर्थिक एव अन्य सीमित साधनो के कारण अन्य प्रदेश के बडे जनपदो एव प्रदेश के ही औद्योगिक नगरो मे उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट के विपणन क्षेत्र मे प्रतिस्पर्धा करने मे असमर्थ पाये गये । अन्य प्रदेशो मे बिक्री कर कुछ उत्पादो के सम्बन्ध मे कम है। जबकि उत्तर प्रदेश मे अधिक है। इसके कारण अन्य प्रदेशो एव जनपदो मे उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट सस्ते पडते है। इससे भी इन इकाईयो मे विपणन समस्या विद्यमान रहती है। इस क्षेत्र मे उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट की बिक्री

टेढी खीर है। क्योकि टी०वी० रेडियो तथा प्रचार के अन्य माध्यम काफी खर्चीले होते है । जिन पर व्यय करना इन औद्योगिक इकाईयो के लिए सभव नही है। इसलिए सरकार को इस ओर ध्यान देना चाहिए। जिससे कि इस क्षेत्र मे स्थापित साबुन उद्योग की इकाईयो को अपने उत्पाद के विक्रय से सहायता मिल सके।

जनपद मे इस क्षेत्र के अन्तर्गत सलग्न विभिन्न असगठित क्षेत्र की इकाईयो को भिन्न–भिन्न प्रकार की समस्याओ का सामना करना पड रहा है। अधिकाश इकाईयॉ न केवल समस्याग्रस्त है बल्कि समाप्त होने की स्थिति मे है अनेक इकाईयॉ पजीकृत पायी गयी किन्तु वे किसी न किसी समस्या से ग्रस्त होने के कारण या तो बन्द हो गयी या बन्द होने की स्थिति मे है। सर्वेक्षण से यह ज्ञात हुआ कि इन इकाईयो को विभिन्न प्रकार की समस्याओ से जूझना पड रहा है। जिनमे ये प्रमुख है ।

1. उपभोक्ता सम्बन्धी समस्या :

साबुन उद्योग के समक्ष चाहे वे संगठित क्षेत्र में हो या असगठित क्षेत्र में विपणन की समस्या वर्तमान में ही नहीं अपितु प्राचीन काल से ही व्याप्त है। इन समस्याओं में से प्रमुख समस्या उपभोक्ता सम्बन्धी है । उपभोक्ताओं की इच्छा के अनुरूप उत्पादन पर ही विपणन निर्भर करता है, क्योंकि उपभोक्ता ही वह अन्तिम इकाई है, जो उत्पाद की असली परख रखता है । परन्तु उपभोक्ताओं की इच्छा एवं परख की असली कसौटी का कोई सर्वमान्य सिद्धान्त नहीं है । साबुन एवं डिटर्जेन्ट का विपणन एवं वितरण क्षेत्र वार और प्रति व्यक्ति पर निर्भर करता है ।

सर्वोक्षण के आधार पर सकलित, सूचनाओं से ज्ञात होता है कि एक उपभोक्ता द्वारा वस्तु का क्रय इसलिये किया जाता है कि उस वस्तु में कुछ गुण

ऐसे होते है, जो उसकी आवश्यकताओं की सन्तुष्टि करते है । वस्तु में इन गुणों के अतिरिक्त कुछ भौतिक गुण भी होते है । असगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट के प्रति उपभोक्ता सम्बन्धी समस्यायें अत्यन्त जटिल है, क्योंकि असगंठित क्षेत्र के उत्पादन कर्त्ता बाजार में अपने उत्पाद की विश्वसनीयता नहीं बना पाते है, और न तो इनकी कोई ब्राण्ड एंव किस्म बाजार में प्रसिद्ध होती है । जिसके कारण उपभोक्ता उत्पाद को खरीदने में देरी लगाता है या खरीदने से इनकार करता है । उपभोक्ताओं के समक्ष विभिन्न किस्म एंव ब्राँण्ड तथा भिन्न-भिन्न मूल्यों पर साबुन उत्पाद के बाजार में उपलब्ध होने के कारण उपयुक्त उत्पाद के चयन की समस्या उत्पन्न होती है । ऐसी स्थिति में उपभोक्ता ऐसे उत्पाद का चयन करता है जो कम से कम मूल्य पर अच्छी गुणवत्ता के साथ आकर्षक हो, इस प्रकार के उपभोक्ताओं के आकर्षण की समस्या भी बनी रहती है । वर्तमान उपभोक्ता बाजार में विभिन्न प्रकार के नकली एवं मिलावटी साबुन उत्पाद की विद्यमानता से उपभोक्ता उत्पाद के प्रति भ्रमात्मक दृष्टिकोण रखता है, और अपनी पसन्द का उत्पाद नहीं प्राप्त कर पाता है ।

असगठित क्षेत्र के समक्ष उपभोक्ता के सदंर्भ में विपणन हेतु मूल्य का अधिक होना, गुणवत्ता में कमी, उधार साख की कमी, प्रभावी विज्ञापन का न होना जिससे ज्ञानवर्धन एवं प्रोत्साहनात्मक जानकारी न होना, उपभोक्ताओं को समय पर या निरन्तर वस्तुओं की आपूर्ति न हो पाना अर्थात् उपभोक्ता ख्याति को अर्जित न कर पाना, इनकी दैनिक समस्यायें हैं। इन्हीं कारणों से उपभोक्ताओं को उत्पाद के प्रति सन्तुष्टि नहीं प्रदान कर पाते है, और बाजार में नये उपभोक्ताओं

के लिए प्रश्न वाचक चिन्ह का सृजन करता है । भावी उपभोक्ता मूल्य, गुणवत्ता ज्ञान, तथा लाभदायकता के प्रति अधिक जागरूक हो गये है । इसलिए उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओं का विश्वास प्राप्त करने के लिए उनकी समस्याओं पर ध्यान देना अति आवश्यक है । पहले के उपभोक्ता इतने जागरूक नहीं थे किन्तु वर्तमान उपभोक्ता शिक्षा के प्रसार के साथ साथ अत्यधिक चतुर, बुद्धिमान एंव ज्ञान वर्धक हो गये है इसलिए कोई भी निर्माता उपभोक्ता को तभी सन्तुष्टि प्रदान कर सकता है। जब उनकी समस्याओं पर बृहद रूप से ध्यान दे । वर्तमान में प्रायः उपभोक्ताओं में एक धारणा देखने को मिलती है । कि इनमें किसी नये उत्पाद के प्रति आकर्षण नगण्य होता है । तर्को एंव परीक्षणों के आधार पर यह तथ्य उजागर होता है । कि नवीन उत्पाद उपभोक्ताओं के मध्य अपने प्रति विश्वास जगा पाने में असमर्थ रहते है, असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एंव डिटर्जेन्ट के प्रति संदेहात्मक दृष्टिकोण रहता है । यह संदेहात्मक दृष्टिकोण उत्पाद के प्रति कई प्रकार की पृष्ठभूमि निर्मित करता है ।

(क) उपभोक्ताओं के मन में यह भावना रहती है कि असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों द्वारा निर्मित साबुन एंव डिटर्जेण्ट निम्न कोटि का होगा,

(ख) असंगठित क्षेत्र द्वारा निर्मित साबुन एंव डिटर्जेण्ट में आधुनिकतम तकनीक का प्रयोग न होने के कारण मानक स्तर की गुणवत्ता का संदेह बना रहता है ।

(ग) असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित उत्पाद संगठित क्षेत्र के उत्पाद की तुलना में कम आकर्षक लगता है, जिससे उसकी गुणवत्ता के प्रति उपभोक्ताओं में संदेह उत्पन्न होता है ।

शोध कार्य के दौरान शोधार्थी द्वारा जनपद इलाहाबाद के सदर्भ में उपभोक्ताओं से प्राप्त जानकारी से यह तथ्य उद्धृत हुआ कि उत्पादकों द्वारा अपने उत्पाद के सम्बन्ध में उपभोक्ताओं की समस्याओं, शिकायतों तथा सुझावों का अनुपालन नहीं किया जाता है । उपभोक्ता उत्पाद की गुणवत्ता के सदर्भ में असन्तुष्ट पाये गये । उनका तर्क है कि इस क्षेत्र में उत्पादित साबुन का उपयोग करने पर शरीर में खुजली एव त्वचा में जलन उत्पन्न हो जाती है । उपभोक्ताओं में यह भय व्याप्त है कि असगठित क्षेत्र के साबुन का उपयोग करने पर चर्म रोग हो सकता है । अतः इस क्षेत्र में निर्मित साबुन का कम उपयोग करते है ।

किसी भी उत्पाद का वास्तविक उपभोक्ता ही उत्तम व्यक्ति है जो निर्माता को उत्पाद के सम्बन्ध में सही जानकारी दे सकता है । क्योंकि अन्त में उसे ही उत्पाद को खरीदना और उपयोग करना है । साबुन एंव डिटर्जेन्ट एक उपभोक्ता परक वस्तु है, जिसका क्रय उपभोक्ता एक समय में थोड़ी ही मात्रा में करता है । उत्पादन, विपणन एंव वितरण की समस्त क्रियाओं का संचालन उपभोक्ता की इच्छानुसार ही होता है । उपभोक्ता एक सम्राट की भॉति उत्पादक को वस्तुओं का उत्पादन करने का निर्देश देता है । उत्पादक उपभोक्ता का सेवक है । अतः उत्पादक को उपभोक्ता कि रूचि के विपरीत कार्य नहीं करना चाहिए। यदि वह ऐसा करता है तो उसे ही हानि होगी ।

वर्तमान उपभोक्ता का क्रय व्यवहार पूर्णतः विवेक सम्मत नहीं होता वह तो उपयोग-क्रिया द्वारा सदैव अधिकतम सन्तोष प्राप्त करने का प्रयत्न करता है । उत्पाद से मिलने वाली संतुष्टि ही उसकी एक मात्र कसौटी है, लेकिन साबुन निर्माता एंव विपणन कर्त्ता को चाहिए कि वे क्रय-अभिप्रेरकों के वर्गीकरण का

अध्ययन करे और इन दुर्बलताओं को भली-भॉति समझ ले । जब साबुन निर्माता अपने साबुन उत्पाद को बेचता है, तो उस समय उपभोक्ता से अच्छा वार्तालाप करता है । परन्तु जब उपभोक्ता उसी उत्पाद की शिकायत करता है, तो वही मधुर वार्तालाप झगडालू वार्तालाप बन जाता है । आज के समय में वार्तालाप सम्बन्धी समस्या सबसे जटिल समस्या है । अतः साबुन निर्माताओं को चाहिए कि उपभोक्ताओं की शिकायतों और समस्याओं को सावधानी पूर्वक सुने तथा समाधान करने का प्रयास करे । उपभोक्ताओं का कहना है कि अगर निर्माता हमारी समस्याओं का निराकरण करें तो वे बाजार में दिनों-दिन सफलता की ओर अग्रसर होगे, और इससे उनकी गुणवत्ता में सुधार होगा तथा भविष्य में विपणन का मार्ग तीव्र गति से प्रशस्त होगा । यह कार्य तब और आसान हो जाता है जब उपभोक्ता स्वय आपस में एक-दूसरे को साबुन उत्पाद की गुणवत्ता एंव उपयोगिता को बताते है, कि यह साबुन अन्य साबुनों के परिप्रेक्ष्य में अच्छा एव कम मूल्य का है, घिसता कम है, झाग अधिक देता है, इसके प्रयोग से किसी प्रकार रोग नहीं होता है, अर्थात् रोग निरोधक है । इस प्रकार का विश्वास जब उपभोक्ताओं में होता है, तो उपभोक्ता श्रृखला का निर्माण हो जाता है, और विपणन प्रक्रिया स्वय ही सम्पन्न होने लगती है । यदि विपणन कर्त्ता उपभोक्ता के मध्य सही प्रेरणाओं को उत्प्रेरित करने में सफल हो जाता है, तो उसकी बिक्री बहुत बढ़ सकती है । इनके प्रकाश में ही वह प्रभावोत्पादक विज्ञापन, वैयक्तिक विक्रय उत्पाद-अभिकल्पन एंव विक्रय-प्रवर्तन आदि के कार्यक्रम सफलतापूर्वक संचालित कर सकता है ।

2. पैकेजिंग की समस्या :

असंगठित क्षेत्र के प्रति आम उपभोक्ताओं की हमेशा यह शिकायत रहती है । कि उनके द्वारा निर्मित उत्पादन की पैकजिंग आकर्षणात्मक होना चाहिए । आकर्षणात्मक पैकेजिग मिलावट खत्म करने एव उपभोक्ताओं के लिए सलाह प्रद होना चाहिए इसलिए पैकेजिंग को मूक विक्रय कर्ता की संज्ञा भी दी जाती है । असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को पैकिंग करते समय विभिन्न समस्याओ का सामना करना पड़ रहा है । इस क्षेत्र के अधिकाश निर्माता अशिक्षित है उनके पास अनुभव एंव पूँजी का अभाव है । साबुन की कीमत बढ़ जाने का डर, पैकिंग की एक रूपता न बने रहना, ग्राहको द्वारा पैकिंग व्यय वहन करने में कठिनाई, पैकिग आराम देय तथा सुविधानुसार न होना, सरकारी सहयोग का न होना, पैकिंग तकनीक एंव इसके सम्बन्ध में प्रशिक्षण संस्थान का न होना, पैकिंग का कुशल कारीगर का न होना, भविष्य में बिक्री बढ़ाने के प्रति ध्यान न देना, उपभोक्ताओं की सुविधानुसार पैकिंग की व्यवस्था न होना, पैकिंग मशीनों का सस्ती दरों पर उपलब्ध न होना आदि समस्याएं विद्यमान रहती है । असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष अत्यधिक जटिल एंव ध्यानाकर्षण समस्याओं के कारण उपभोक्ताओं को संतुष्टि प्रदान करने में कठिनाई का सामना करना पड रहा है । वर्तमान उपभोक्ता वस्तु को बाद में देखता है पहले उसकी बनावट एंव सजावट पर अधिक ध्यान देता है ।

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष सुगन्धित रसायनिक पदार्थो की समस्या, नवीन तकनीकी मशीनों की समस्या, साबुन एंव अन्य उत्पादों की आकर्षक सौंदर्य युक्त तथा मनमोहक सुगन्ध एंव पैकिंग की समस्या विद्यमान है ।

प्रत्येक निर्माता जो साबुन एव डिटर्जेन्ट का उत्पादक होता है, पैकिग के लिए विभिन्न प्रकार की रीतियाँ अपनाता है, लेकिन इसके अन्तर्गत यह ध्यान अवश्य देना चाहिए कि उपभोक्ता की मानसिक प्रवृत्ति पैकेजिग के सदर्भ में निरन्तर बदलती रहती है । उपभोक्ताओं को खुश रखना तभी सम्भव जब उसके सुविधानुसार और समयानुसार पैकेजिग का स्वरूप बदलता रहता है ।

वर्तमान बदलते हुए सामाजिक रीति-रिवाज एव फैशन में वास्तविकता यह है, कि साबुनों की बिक्री में विशेष तौर पर नहाने के साबुन शैम्पू की बिक्री में, उनका पैकिग ही सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निबहता है । अधिकतम संभव सीमा तक दिलकश और नयनाभिराम रैपर में लिपटी हुई साबुन की टिकिया ही ग्राहक को आकृष्ट कर पाती है । साबुन निर्माता द्वारा बनाए गये साबुन को ग्राहक रैपर खोलकर ही देख और सूघ सकता है और प्रयोग करने के बाद ही उसे निर्माता द्वारा निर्मित साबुन के गुण दोष और सीमाओं का पता चल पाता है । परन्तु जिस चीज को देखकर ग्राहक किसी नए ब्राण्ड के साबुन को खरीदने के लिए तैयार होता हैं, वह उस साबुन की पैकिंग ही है ।

अतः असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा नहाने के साबुनों की एक-एक बट्टी अलग-अलग रैपरों में पैक करने के साथ ही कपड़ा धोने के साबुन की भी एक-एक टिकिया अलग-अलग रैपरों में पैक की जानी चाहिए । आज के व्यस्त व्यावसायिक जगत में कोई भी विक्रेता एक-एक ग्राहक को स्वय तौल कर साबुन बेचना पसन्द नहीं करता और न हीं ग्राहक अनगढ़ आकार की टिकियाए खरीदना चाहता है । इसलिए निर्माता द्वारा छोटे स्तर पर सस्ते कपड़ा धोने का

साबुन क्या न बनाये उनकी एक माप एव समान भार की टिकियाए को नाम एव ब्राण्ड छपे हुए रैपरों में पैक करने की व्यवस्था अवश्य करे । नहाने के साबुनों की प्रमुख विशेषता उनकी सुगन्ध होती है और यदि साबुन को अच्छी तरह पैक नहीं किया जाता तो यह सुगन्ध उड जाती है । इसी प्रकार साबुन चाहे कैसा भी हो सस्ता एव महंगा, नहाने का या कपडा धोने का, विशिष्ट उपयोग का या अति सामान्य, उनके निर्माण में तेल और पानी का प्रयोग अनिवार्य रूप से किया जाता है । पानी की नमी को सूखने और तेलों को उडने से बचाने में भी अच्छी पैकिग एक महत्वपूर्ण भूमिका निबाहती हैं, इसलिए निर्माता द्वारा किसी अच्छे व्यावसायिक कलाकार से मनभावन डिजाइन बनवाकर, आधुनिक सुविधायुक्त प्रेस से लेविल तैयार कराकर पेकिंग की व्यवस्था की जानी चाहिए । साबुन की टिकियाओं को निश्चित आकार देने ओर साथ ही उन पर नाम छापने के लिए सोप स्टेम्पिंग मशीन नामक एक विशिष्ट एव काफी सस्ती और सामान्य मशीन का प्रयोग किया जाना चाहिए ।

3. यातायात की समस्याः

आर्थिक विकास के साथ-साथ सड़क परिवहन, रेल परिवहन, वायु परिवहन एव जल परिवहन का भी विकास तीव्र गति से हुआ परन्तु जन-मानस की आवश्यकतानुसार आज भी परिवहन साधनों की उपलबधता पूर्ण रूप से नहीं हो पा रही है, तथा असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों को यातायात सम्बन्धी समस्या का सामना करना पड़ रहा है । जिसके कारण अपने उत्पाद को सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में एंव अर्न्तजनपदीय बाजारों में नहीं पहुँचा पाते है । इसी प्रकार

कच्चा माल स्थानीय बाजारों में न मिलने पर दूसरे जनपद एंव राज्यों से मँगाना पडता है, जो आवश्यकतानुसार समय पर नहीं पहुँच पाता है, जिसके कारण उतपादन प्रक्रिया में बाधॉ उत्पन्न होती है ।

यातायात साधनों की कमी के कारण असगठित क्षेत्र में निर्मित साबुन एव डिटर्जेन्ट का बाजार में समय से न पहॅुच पाना, उपभोक्ताओं को ममय बद्ध आपूर्ति न हो पाना, मॉग के अनुरूप पूर्ति न हो पाना, यातायात की दुर्लभता के कारण उत्पादन लागत में अनावश्यक वृद्धि होना, जिसके कारण इस क्षेत्र के निर्माता बाजार में प्रतिस्पर्धी मूल्य पर साबुन एव डिटर्जेन्ट का विक्रय नहीं पाते है ।

इलाहाबाद जनपद के अधिकांश उपभोक्ता जो असंगठित क्षेत्रों द्वारा निर्मित साबुन का उपयोग करते है । सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में निवास करते है जिनके उपयोग हेतु साबुन की उपलब्धता के लिए सडक मार्ग द्वारा पहॅुचाने में उत्पादको को कठिनाई का सामना करना पड़ रहा है । समय बद्ध आपूर्ति न हो पाने के कारण उपभोक्ताओं का उत्पाद के प्रति आकर्षण नहीं उत्पन्न हो पाता है तथा उत्पाद के प्रति अविश्वास की भावना जागृत हो जाती है । इस प्रकार परिवहन साधनों की कमी के कारण असंगठित क्षेत्र को अपने द्वारा निर्मित साबुन एंव डिटर्जेन्ट के विपणन में कठिनाई का सामना करना पड़ रहा है ।

देश की बढ़ती हुई जनसख्या एव उपभोक्ता बाजार के विस्तार हेतु साबुन की आपूर्ति में सबसे बड़ा बाधक के रूप में यातायात की भी झलक दिखती है । इसके सम्बन्ध में सरकार एंव निजी क्षेत्र सम्मिलित रूप से कार्य करे तो

यातायात साधनों का विकास सभव होगा । जनपद इलाहाबाद में स्थापित साबुन उद्योग की इकाइयों को सडक मार्ग से जोडा जाना चाहिए, साबुन उद्योग के निर्माताओं को रियायती दर पर परिवहन साधनों को उपलब्ध कराना चाहिए । सरकार द्वारा साबुन उद्योग इकाइयों की संभव सीमा तक रेल मार्ग एव जल मार्ग के परिवहन साधनों की सुविधा उपलबध करानी चाहिए तथा असगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एंव डिटर्जेन्ट को स्थानीय एंव सुदूर ग्रामीण बाजारों तक पहुँचाने की व्यवस्था की जानी चाहिए । यातायात किसी व्यवसाय के विकास की आधारशिला होती है, जिस प्रकार पूँजी व्यवसाय की रक्त वाहिनी होती है, तो यातायात भी व्यवसाय की रीढ़ होता है ।

वर्तमान में साबुन निर्माता तभी सफल हो सकता है । जब साबुन एव डिटर्जेन्ट को ''डोर टू डोर'' पहुँचाने में सक्षम् हो । वर्तमान में जहाँ पर इलेक्ट्रानिक व्यापार (इण्टरनेट) द्वारा क्रय-विक्रय हो रहा है। वहाँ पर उपभोक्ता की पसन्द की वस्तु का आदेश प्राप्त हो जाने पर तत्काल आदेश की पूर्ति सुनिश्चित की जानी चाहिए । यह तभी सभव है जब यातायात साधनों की सुलभता से पूर्ति हो जाय । अत: असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के विपणन हेतु यातायात साधनों की व्यवस्था करना नितान्त आवश्यक है ।

4. पूंजी की समस्या :

सर्वेक्षण के द्वारा प्राप्त सूचनाओं से ज्ञात होता है, कि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष महत्वपूर्ण समस्या पूंजी की कमी की है । इस क्षेत्र में विद्यमान साबुन उद्योग की इकाईयों में बहुत थोड़ी मात्रा में पूंजी का निवेश होता

है, उस थोडी सी पूजी के द्वारा ही असंगठित क्षेत्र अपने उत्पादन एव विपणन कार्यो का सचालन करना पडता है । उत्पाद के प्रचार-प्रसार के सर्वप्रमुख माध्यम. प्रिन्ट मीडियॉ एव इलेक्ट्रानिक मीडियॉ इतने अधिक महगें होते है, कि किसी बडे सचार माध्यम के द्वारा उत्पाद का प्रचार-प्रसार कर पाना कठिन होता है । ऐसी स्थिति में असगठित क्षेत्र के उद्यमी अपने सीमित कर्मचारियों के माध्यम से प्रचार एव विपणन का कार्य संचालन कराते है, जो कि सगठित क्षेत्र की तुलना में बौना साबित होता है ।

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता पूॅजी की कमी के कारण साबुन के रैपर भी आकर्षक नहीं बना पाते हैं, जिनकी वजह से उत्कृष्ट साबुन उत्पाद होने के बावजूद आकर्षक न दिखने के कारण बाजार में अपने उत्पाद की साख नहीं बना पाते, जबकि फुटकर विक्रेता असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पाद को बेचने का प्रयास करता है । परन्तु उपभोक्ताओं द्वारा उत्पाद को बिना प्रयोग ही नकार दिया जाता है । असगठित क्षेत्र के उद्यमियों द्वारा पहले मेले, हाट, बाजारों में प्रदर्शनी एंव प्रचार गाडी के माध्यम से स्थानीय कलाकारों के द्वारा प्रचार-प्रसार करने का उत्तम माध्यम होता था । परन्तु अब सभी जगह टेलीवीजन, वीडियो, आधुनिक चल-चित्रों एंव सिनेमा गृह आदि प्राप्त कर लिया है । जिसके कारण स्थानीय मेलों एव प्रदर्शनियों की लगातार कमी होती जा रही है, और स्थानीय मेलों और प्रदर्शनी का माध्यम भी असंगठित क्षेत्र के हाथ से जाता रहा ।

असगठित क्षेत्र के उद्योगों के समक्ष स्थिर पूँजी, चल पूॅजी एंव कार्य शील पूजी आदि के रूप में पूजी की कमी की समस्या परिलक्षित होती है, जिससे वे अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण सुचारू रूप से नहीं कर पा रहे है ।

उद्यमियों को स्थायी पूंजी की आवश्यकता भूमि, भवन, मशीनों एव उपकरणों के लिए होती है । जबकि कार्यशील पूंजी की आवश्यकता कच्चे माल के क्रय, मजदूरी के भुगतान, विपणन कार्यो के लिए, विज्ञापन के लिए पडती हैं । किसी भी व्यवसाय में पूंजी की तुलना मानव शरीर की रक्त धमनियों से किया जाता है, जिस प्रकार धमनियों के माध्यम से रक्त का संचालन मानव शरीर में होता है और मानव शरीर सुचारू रूप से कार्य करता है । उसी प्रकार व्यवसाय में पूँजी के द्वारा सम्पूर्ण कार्य उत्पादन से विपणन तक के सम्पन्न होते है । उत्पादक से उपभोक्ता तक उत्पाद को पहुँचाने में पूंजी की नितान्त आवश्यकता पडती है ।

वर्तमान तीव्र औद्योगिकरण के युग में उद्योग नवीन तकनीकों पर निर्भर करता है । जिस उद्योग में नवीन तकनीक का प्रयोग किया गया वह उद्योग उतना ही अधिक विकसित हुआ । ये तथ्य असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग पर भी लागू होता है । साबुन उद्योग में नवीन तकनीक एव मशीनों का प्रयोग करने, कार्य पर लगे हुए कर्मचारियों को प्रशिक्षित करने उपभोक्ताओं के उत्पाद के प्रति आकर्षित करने आदि के लिए पूँजी की आवश्यकता पड़ती है । पूंजी ही किसी उद्योग को जन्म देती है, तथा उसका भरण पोषण एवं निर्वाहन का कार्य करती है ।

असंगठित क्षेत्र में स्थापित साबुन उद्योग की इकाईयों को सरकार द्वारा राष्ट्रीयकृत बैकों, वित्तीय संस्थाओं, सहकारी बैकों, खादी ग्रार्मोद्योग बोर्ड के माध्यम से अल्पकालीन, मध्यकालीन तथा दीर्धकालीन पूजी की आवश्यकताओं की पूर्ति करायी जानी चाहिए । साबुन निर्माताओं उद्योग को विनियोजित पूंजी दीर्घकालीन ऋणों द्वारा विपणन की स्थायी पूंजीगत आवश्यकताओं की पूर्ति की जा सकती

है, तथा कार्यशील पूजी, अस्थायी, अल्पकालीन पूजी की व्यवस्था बाजार में साख के आधार की जा सकती है । साबुन उद्योग की इकाईयों को ऋण की उपलब्ध सुविधा की प्रक्रिया को आसान किया जाना चाहिए । व्यावसायिक बैंकों की देय ऋण प्रक्रिया को सुविधाजन और आसान किया जाना चाहिए । साहूकारों, महाजानों तथा व्यापारियों से कम व्याज दर पर आसानी से अस्थायी पूजी की व्यवस्था की जानी चाहिए । किसी भी व्यवसाय की समस्त समस्याओं का समसाधन स्वत: ही पूंजी की व्यवस्था होने पश्चात् हो जाती है ।

5. मूल्य नीति की समस्या :

व्यावसायिक जगत में वस्तु एंव सेवा का मूल्य ही महत्वपूर्ण है। मूल्य ही वस्तु की मॉग को निर्धारित करने वाला एक महतवपूर्ण कारक है । मूल्य सस्था की प्रतियोगी स्थिति बाजार में अशं तथा संस्था के विपणन कार्यक्रम को प्रभावित करता है । जिसमें कुल आगम एंव शुद्ध लाभ भी प्रभावित होता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात हुआ कि असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं की मूल्य निर्धारण प्रक्रिया अत्यन्त जटिल है । जिनमें साबुन एंव डिटर्जेन्ट के विपणन एवं वितरण में मूल्य निर्धारण सम्बन्धी नीतियों का निर्माण और विक्रय मूल्य का निर्धारण एक अत्यन्त महत्वपूर्ण समस्या है । प्रत्येक साबुन उद्योग इकाई की उन्नति एंव अवनति इसी बात पर निर्भर करती है । प्रत्येक उद्यमी का अन्तिम उद्देश्य लाभ कमाना होता है और व्यवसायी को लाभ तभी मिल सकता है जबकि उसका विक्रय मूल्य उसकी लागत से अधिक हो । साबुन उत्पाद की बिक्री भी उसके मूल्य से ही प्रभावित होती है । यदि निर्धारित मूल्य

अधिक हुआ तो बिक्री मात्रा गिर जायेगी, और इसके विपरीत मूल्य उचित हाने पर वस्तु की बिक्री बढ जायेगी । अत: यह निर्विवाद रूप से सत्य है कि साबुन उत्पाद का मूल्य उसकी माँग और बिक्री को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करता है । वास्तव में मूल्य ही आगम का स्रोत है जिस पर उद्योग का भविष्य निर्भर करता है । मूल्य नीति का निर्माण एक अत्यन्त जटिल प्रक्रिया है । क्योंकि उत्पाद का मूल्य निर्धारित करने के लिए कोई स्पष्ट रीति नहीं है । इसके अतिरिक्त समय एव परिस्थितियों में होने वाले परिवर्तनों के अनुरूप समय-समय पर मूल्य नीति में उचित परिवर्तन करने की आवश्यकता भी पडती है ।

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष साबुन एंव डिटर्जेन्ट के विक्रय के लिए मूल्य निर्धारण की कोई उपयुक्त नीति नहीं होती है और साबुन उत्पाद का मूल्य निर्धारण क्रेता तथा विक्रेता के आपसी वार्तालाप से हो पाता है । यह मुख्यत: दो तथ्यों को प्रभावित करता है प्रथमत: मूल्य बढ़ जाता है । जिससे उत्पाद के विक्रय में बॉधा उत्पन्न होती है । दूसरा वार्तालाप से मूल्य निर्धारण के कारण उपभोक्ताओं को उत्पाद के प्रति सन्तुष्टि नहीं प्राप्त होती है और उनहें सदेह की स्थिति में डाल देता है ।

सर्वेक्षण से ज्ञात हुआ कि इलाहाबाद जनपद के निम्न एंव मध्यम आय वर्गीय परिवारों ने साबुन का मूल्य प्रति टिकिया, प्रति किलोग्राम को सर्वाधिक महत्व दिया । निम्न एंव मध्य आय वर्गीय परिवारों का कहना है । कि अधिक मूल्य वाले साबुन नहीं खरीद सकते, जिससे वे सस्ते मूल्य का साबुन नहाने एंव कपड़ा धोने के लिए प्रयोग करते है । इसके विपरीत उच्च सम्पन्न एव शौकीन

आय वर्गीय परिवार ही महॅगे अधिक मूल्य वाले साबुनों का प्रयोग करते है और साबुन एव डिटर्जेन्ट के प्रयोग पर अधिक धन खर्च करते है ।

साबुन एक नित्य उपयोगी वस्तु है और उपभोक्ताओं के समक्ष चुनाव के लिए विस्तृत क्षेत्र है । यही कारण है कि साबुन एंव डिटर्जेन्ट का मूल्य उसकी लोक प्रियता में महत्वपूर्ण भूमिका निबाहता है । सर्वेक्षण में सम्मिलित अधिसख्य उपभोक्ताओं ने हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड का सर्फ डिटर्जेन्ट पाउडर को गुणवत्ता के सदर्भ में सर्वश्रेष्ठ बतलाया परन्तु उसका उपयोग अनवरत रूप में नहीं करते क्योंकि सर्फ अन्य सभी डिटर्जेन्ट पाउडरों की तुलना में अधिक महँगा है ।

इलाहाबाद जनपद के साबुन निर्माताओं के समक्ष मूल्य निर्धारण की प्रक्रिया विवादास्पद बनी हुई है । एक अहम् समस्या बन गयी है क्योंकि मूल्य का निर्धारण उपभोक्ताओं के रहन-सहन, रीति-रिवाज, फैशन एंव उनकी क्रय क्षमता के अनुरूप करना पडता है । यदि उत्पाद का मूल्य कम निर्धारित करते है, तो उत्पाद की लागत भी प्राप्त करना कठिन हो जाता है जबकि अधिक मूल्य निर्धारण करने पर उत्पाद की बिक्री एव उपभोक्ताओं की मॉग प्रभावित होती है ।

वर्तमान तीव्र प्रतिस्पर्धा के युग में मूल्य सम्बन्धी समस्या अति गम्भीर मुद्दा हो गया है, क्योंकि मूल्य ही वह कसौटी है, जो उद्योग को आगे बढ़ाने में अग्रसर सफलता का द्योतक माना जाता है । इसलिए उद्योग को सफल बनाने में मूल्य निर्धारण के लिए उपयुक्त मूल्य नीति का होना आवश्यक है ।अतः प्रत्येक साबुन निर्माताओं के लिए यह आवश्यक है कि वह स्वस्थ मूल्य नीतियाँ अपनाये ताकि व्यवसाय को सन्तोषप्रद आय अर्जित हो ।

एक निश्चित अवधि के लिए साबुन उत्पाद के मूल्य निर्धारित करने की नीति को ही मूल्य निर्धारण की नीति कहा जाता है । मूल्य निर्धारित करते समय साबुन निर्माताओं को मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले तत्वों से भली भॉति परिचित होना चाहिए , यथा-लागतो का व्यवहार, क्रेताओं का मनोविज्ञान, प्रतिस्पर्धा की मात्रा, तथा सरकारी नियन्त्रण आदि । साबुन एव डिटर्जेन्ट का निश्चित किया गया मूल्य न केवल मॉग को ही अपितु उद्यम की प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता पर भी प्रभाव डालता है । मूल्य न केवल आय पर प्रभाव डालता है, बल्कि उत्पाद-नियोजन, विज्ञापन, वितरण एंव अन्य सभी प्रबन्धकीय निर्णयों पर भी महत्वपूर्ण प्रभाव डालता है । उत्पाद का मूल्य निर्धारण करते समय सर्वप्रथम साबुन एव डिटर्जेन्ट की मॉग का पूर्वानुमान लगाना चाहिए है । मूल्य निर्धारण पर वर्तमान तथा भावी दोनों प्रकार की प्रतिस्पर्धा का प्रभाव पडता है । अतः प्रतिस्पर्धा पर भी भली भॉति विचार कर लेना ठीक होगा । साबुन निर्माताओं द्वारा एक उचित मूल्य-तकनीक का चयन करना चाहिए ।

6. प्रतिस्पर्धा की समस्या :

वर्तमान औद्योगिक जगत में प्रत्येक उद्योग को प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है । साबुन उद्योग भी इस प्रतिस्पर्धा से अछूता न रहा इस उद्योग में सलग्न असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को दो प्रकार की प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड रहा है । प्रथम असगठित क्षेत्र की स्थानीय इकाइयों से आन्तरिक प्रतिस्पर्धा तथा दूसरी संगठित क्षेत्र की राष्ट्रीय एंव अन्तराष्ट्रीय स्तर की इकाईयों से बाह्य प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड रहा है ।

तीव्र गति से बढती हुई व्यवसायिक प्रक्रिया में जहॉ पर व्यापार पलभर या छणिक समय में बढ़ते हुए सूचना प्रौद्योगिकी के द्वारा देश में ही न सम्भव होकर विदेशों में भी सम्भव हुआ है । वर्ष 1991 की औद्योगिक उदारीकरण नीति जो खुले व्यापार का आमन्त्रण देती है, जिसे मुक्त व्यापार की सज्ञा दी जाती है, वहॉ पर व्यापार को सभव बनाने के लिए प्रतिस्पर्धा का विशेष महत्व है । यह महत्व उस समय अधिक प्रतीत होता है जब बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का प्रवेश दूसरे देशों में हो जाता है । प्रतिस्पर्धा ही व्यवसाय की गुणवत्ता को प्रेरित करती है । जिसका सीधा लाभ उपभोक्ता को प्राप्त होता है । किन्तु निर्माता के लिए यह एक समस्या उत्पन्न होती है । असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को शहरी एंव ग्रामीण क्षेत्रों की बाजारों में कडी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड रहा है । बाजार में संभावित प्रतिस्पर्धा सदैव उत्पादक के लिए जोखिम का कारण बनी रहती है । प्रत्येक उत्पादक इस प्रयत्न में संलग्न रहता है कि वह किसी न किसी प्रकार अपने व्यापार को अधिक से अधिक विस्तृत कर ले और इसके लिए वह व्यापारिक लागत में कमी करने, अपने उत्पादित साबुन एंव डिटर्जेन्ट में इस प्रकार परिवर्तन करने का प्रयास करता रहता है कि वह अधिक से अधिक बाजार पा सके । इस प्रतियोगी प्रवृत्ति के कारण हर व्यापारी के समक्ष एक अनिश्चितता का वातावरण रहता है उसकी बिक्री पहले से कम या अधिक हो सकती है और यही अनिश्चितता जिसका मूल कारण प्रतिस्पर्धा है, जोखिम का रूप धारण कर लेती है । प्रतिस्पर्धा की समस्या के समाधान हेतु मूल्य का न्यूनतम् होना, उत्पाद का प्रमापीकरण एवं श्रेणीयन करना, किस्म (ब्राण्ड), पैकिंग, विक्रय संवर्द्धन, विज्ञापन

और विक्रय कला प्रतिस्पर्धा के प्रति अपने उत्पाद के विपणन के सदर्भ में सराहनीय योगदान करते है । उपभोक्ताओं को प्रेरित करने में जहॉ पर विभिन्न ब्रॉण्ड एव किस्म के साबुन उत्पाद का बाजार में दिन-प्रतिदिन जन्म हो रहा है । वहीं पर प्रत्येक उत्पादक को अनिश्चितता की स्थिति में विभिन्न प्रतिस्पर्धी अवस्थाओं से गुजरना पड रहा है । नये-नये साबुन उत्पाद का बाजार में प्रवेश होने से उत्पाद के मूल्य में कमी का प्रस्ताव, लागत से कम मूल्य पर उत्पाद को बेचना, नये साबुन उत्पादक को बाजार से बहिस्कृत करना जिसके लिए गलत शक्ति का प्रयोग करना, दोषपूर्ण विज्ञापन करना अपने साबुन उत्पाद को उच्चतम साबित करने के लिए तथा विक्रय में वृद्धि हेतु विक्रय सवर्द्धन को अपनाना वर्तमान में फैशन का एक रिवाज बन गया है ।

इलाहाबाद जनपद में असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा प्रतिस्पर्धा को सीमित करने के लिए आपस में एक संघ बनाकर अनावश्यक प्रतियोगिता को समाप्त कर विपणन-जोखिम से बच सकते है । साबुन निर्माता साबुन एंव डिटर्जेन्ट के उत्पादन, बिक्री, कीमत, बिक्री क्षेत्र तथा अन्य बिक्री शर्तो पर समझौता कर आपसी होड के कारण मूल्य में की जाने वाली कटौती से बच सकते है और बाजारों में मूल्यों को स्थिर रखने तथा जोखिम कम करने में सफल हो सकते है । साबुन एव डिटर्जेन्ट को एक जगह से दूसरी जगह ले जाने के लिऐ सरकार भाडो की दर निश्चित कर सकती है और व्यापरियों द्वारा दी जाने वाली छूट को अवैधानिक करार देकर अनिश्चित प्रतिस्पर्धा को समाप्त कर सकती है ।

7. मध्यस्थों की समस्या :

उत्पाद से उपभोकता तक उत्पाद को पहुँचाने के लिए विभिन्न वितरण के माध्यम, वितरण-वाहिका तथा व्यापरिक मध्यस्थों का सहयोग लिया जाता है । इन मध्यस्थों को थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी, विक्रय प्रतिनिधि आदि अनक नामों से जाना जाता है । साबुन उत्पाद को उपभोक्ता तक पहॅुचाने में इनकी सेवाओं की विशेष रूप से आवश्यकता पडती है, किसी भी व्यावसायिक उपक्रम की सफलता माध्यस्यों के ऊपर ही निर्भर करती है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि वर्तमान बाजार व्यवस्था में मध्यस्थ साबुन उत्पादकों एंव उपभोक्ताओं के मध्य एक आवश्यक कड़ी है । मध्यस्थ उत्पादक के उत्पादित साबुनों की बिक्री, उपभोक्ता को उत्पाद की जानकारी तथा उत्पाद के प्रति आकर्षित करने में सहायक होते है। उत्पादक और उपभोक्ता नदी के दो किनारों की भॉति है । मध्यस्थ व्यापारी परस्पर मिलाने के लिए पुल का काम करते है । मध्यस्थ उत्पाद की विपणन एंव वितरण प्रक्रिया की सम्पन्नता में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते है । परन्तु असगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों के प्रति ये मध्यस्थ (थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी, विक्रय प्रतिनिधि) विपरीत नजारियॉ रखते है । प्रथमतः तो ये मध्यस्थ असगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट का विक्रय करने के लिए तैयार नहीं होते है, और जब बेचने के लिए तैयार भी होते है, तो वे उत्पाद को अधिक समय तक दुकान पर ही रोक रखते है, ग्राहकों को विक्रय नहीं करते है ये मध्यस्थ उन उत्पादकों एंव निर्माताओं का साबुन एंव डिटर्जेन्ट अधिक विक्रय

करना पसन्द करते है, जिनके द्वारा, विक्रय पर कमीशान एव छूट अधिक मिलन की सभावना होती है । जबकि असगठित क्षेत्र अपने साबुन एव डिटर्जेन्ट के विक्रय हेतु सगठित क्षेत्र के परिप्रेक्ष्य में कमीशन और छूठ दे पाते है । जिससे मध्यस्थ इनके साबुन एव डिटर्जेन्ट का विक्रय नहीं करते है, असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादन की परम्परागत श्रम आधारित पद्धति के उपयोग के कारण उत्पादन लागत अधिक आती है, जिससे उत्पाद का मूल्य भी अपेक्षाकृत अधिक होता है । कार्यशील पूजी की कमी के कारण मध्यस्थों का आकर्षक कमीशन एव प्रोत्साहनात्मक राशि नहीं उपलब्ध करा पाते है जिससे मध्यस्थ (थोक व्यापारी एव फुटकर व्यापारी) उत्पाद के विक्रय के प्रति उदासीन रहते है । इसके अतिरिक्त असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग में विपणन प्रक्रिया के क्रियान्वयन हेतु नियुक्त विक्रय अभिकर्ता एंव कमीशन एजेन्ट सस्था में पूर्ण निष्ठा से कार्य नहीं करते है, तथा कतिपय अभिकर्तागण साबुन एव डिटर्जेन्ट का विक्रय एक ही बाजार में भिन्न-भिन्न मूल्यों पर कर देते है और विक्रय राशि स्वय द्वारा सग्रहीत करके अपने निजी उपयोग में ले लेते है, जिसके परिणाम स्वरूप साबुन एव डिटर्जेन्ट निर्माताओं को आर्थिक हानि पहुँचती है । साथ-साथ उनकी व्यापारिक साख को भी धक्का लगता है । कभी-कभी अभिकर्तागण अपने अधिकाधिक कमीशन की लालच में उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओं को भ्रामक जानकारियाँ दे देते है जो वास्तविकता से परे होती है, जिससे साबुन एंव डिटर्जेन्ट निर्माता बाजार में उत्पाद के प्रति ग्राहक का विश्वास खो देते है, फलतः विपणन की समस्या उत्पन्न हो जाती है ।

विपणन में व्याप्त मध्यस्यों की समस्या के सदर्भ में कुछ अद्योलिखित सुझाव विचारणीय है । जिससे कुछ सीमा तक समाधान सभव है । माध्यस्थों के कडी की जो एक लम्बी श्रृखला है, उसे सीमित किया जाना चाहिए ताकि उत्पाद को उपभोक्ताओं तक पहॅुचाने में अनावश्यक व्यय एव समय व्यतीत होता है, उससे बचा जा सके तथा कुछ सीमा तक न्यूनतम मूल्य पर उत्पाद उपभोक्ताओं को उपलब्ध कराया जा सके । वस्तुतः भारत में पूजीवाद एक अहम् समस्या है । यदि विपणन में संलग्न मध्यस्थ समाजवादी दृष्टिकोण अपनाये तो असंगठित क्षेत्र के उत्पादकों को भी अच्छा अवसर प्राप्त हो सकता है । असगठित क्षेत्र के उत्पादकों को अपने उत्पाद के विक्रय हेतु विपणन मध्यस्थों का चुनाव करते समय वैज्ञानिक पद्धतियॉ अपनानी चाहिए तथा उनका मनोवैज्ञानिक विश्लेषण करते हुए अपने उत्पाद एंव उसकी गुणवत्ता के सदर्भ में मध्य मार्ग का अनुसरण करते हुए मार्गदर्शन करना चाहिए, यह मार्गदर्शन न अधिक नकारात्मक हो, न अधिक सकारात्मक ही हो, तथा उचित साख शर्तो के साथ मार्जिन को बढाकर, अन्य प्रकार से मूल्यों में सुविधा देकर विपणन हेतु प्रोत्साहित किया जाना चाहिए । उत्पादक अपने विक्रय प्रतिनिधियों को समय-समय पर प्रोत्साहित कर उनमें निष्ठा का भाव बनाये रख सकते हैं । यह प्रोत्साहन आर्थिक एंव सामाजिक दोनों परिप्रेक्ष्य में संभव हो सकता है । उत्पादको द्वारा अपने विक्रय प्रतिनिधियों एंव कमीशन अभिकर्ताओं की सामायिक बैठक आहूँत करना चाहिए, ताकि उनके समक्ष बाजार में उत्पाद के विक्रय में उदभूत समस्याओं का निदान किया जा सके और उन्हें विक्रय हेतु प्रशिक्षण के माध्यम से प्रोत्साहित किया जा सके । उत्पादक को चाहिए कि

प्रत्येक मध्यस्थ के माध्यम से प्रति वर्ष विक्रीत उत्पाद की समीक्षा करें यह समीक्षा कई मध्यस्थों के माध्यम से विक्रीत उत्पाद की तुलनात्मक विश्लेषण भी होना चाहिए प्रति मध्यस्थ प्रति वर्ष विक्रय में कमी आने पर विक्रय के क्षेत्र में उद्भूत समस्याओं का विश्लेषण करना चाहिए, यदि ऐसी समस्या स्वय उत्पादक जनित है, तो उसे स्वंय अपने में सुधार करना चाहिए अन्यथा यथा स्थिति मध्यस्थ को प्रोत्साहित करना चाहिए तुलनात्मक रूप से अधिक विक्रय करने वाले मध्यस्थ को विशेष रूप से पुरस्कृत भी किया जा सकता है । यदि वर्ष-प्रतिवर्ष तुलात्मक रूप से किसी मध्यस्थ के द्वारा विक्रय में कोई राष्ट्र जनित समस्या उदभूत होती है, तो इससे निरुत्साहित न होकर कुछ अन्य वैकल्पिक व्यवस्थाओं के प्रति भी ध्यानाकर्षण करना चाहिए ।

8. भण्डारण की समस्या :

वस्तु के निर्माण के बाद उसको सुरक्षित रखने की प्रक्रिया को भण्डारण कहते है । उद्योग में वस्तु के उत्पादन के बाद माल को प्राय: विपणन प्रबन्धक को ही सौंप दिया जाता है । इसलिए भण्डारण विपणन प्रक्रिया का ही अग समझा जाता है । भण्डारगृह के नियोजन अभिन्यास समान की उठायाधरी, माल की माल प्राप्ति, एंव भेजने, सुरक्षा आदि की व्यवस्था उसी आधार पर की जाती है ।

उत्पाद के उत्पादन के बाद उसको उचित ढग से रखना व्यवस्थिति करना एंव नियमित नियन्त्रण करना होता है । साबुन उत्पाद को निर्माण प्रक्रिया के पश्चात विपणन प्रक्रिया की सम्पन्नता तक विभिन्न श्रृखला से गुजरना पड़ता है ।

साबुन एव डिटर्जेन्ट का निर्माण करने के पश्चात भण्डार गृहों में स्टोर करना, थोक विक्रेताओं को आवश्यकतानुसार उत्पाद का निर्गमन, फुटकर विक्रेताओं की मॉग के अनुसार साबुन एंव डिटर्जेट का निर्गमन, उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचने में काफी समय लगता है । उपभोक्ता के पास पहुँचने के समय तक उत्पाद को सुरक्षित रखने की समस्या उत्पन्न हो जाती है, क्योंकि भण्डारण की समुचित व्यवस्था अभी भी अपर्याप्त है, जो भण्डारगृह है भी तो काफी दूर पर बनाये गये है, वहॉ तक उत्पाद को पहुँचाने में यातायात लागत बढ जाती है, जिसके फलस्वरूप उत्पाद का मूल्य बढ जाता है और बाजार में उत्पाद की बिक्री करने में कठिनाई का सामना करना पडता है ।

सर्वेक्षण द्वारा संग्रहीत सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में वस्तुओं के भण्डारण हेतु सरकारी एव निजी क्षेत्रों में भण्डारगृहों की कमी है, जहॉ है भी वहॉ सुविधाओं का अभाव पाया जाता है । सरकारी क्षेत्र में जो भी भण्डारगृह बनाये गये है वे शहर से दूर बनाये गये है और यातायात की समुचित व्यवस्था न होने के कारण उत्पाद को भण्डारगृह तक पहुँचाने में समस्या उत्पन्न होती है । असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों को भण्डार के सम्बन्ध में विभिन्न प्रकार समस्याओं का सामना करना पड़ता है।

इलाहाबाद जनपद में जो भण्डारगृह है भी वे उत्पादक इकाईयों से लम्बी दूरी पर है । जिससे उतपाद को भण्डारगृह तक पहुँचाने में अधिक भाडे वाले यातायात साधनों का प्रयोग करना पड़ता है । वस्तुतः विपणन लागत बढ़ जाती है । भण्डारगृह में कार्यरत भण्डार रक्षक उत्पाद को सुरक्षित एंव क्रमानुसार

व्यवस्थित नहीं रख पाते है, जिससे विक्रय के समय पहले से आये उत्पाद भण्डार गृह में रह जाते है और बाद में आये उत्पाद का विक्रय हो जाता है पहले से आया उत्पाद पुराना होकर खराब हो जाता है । भण्डारगृहो में विद्युत एंव आधुनिक उपकरणों की अनुपलब्धता के कारण प्रकाश का अभाव होता है जिससे उतपाद की चोरी एव मौसम परिवर्तन के फलस्वरूप खराब होने की सभावना बढ जाती है । उपेक्षापूर्वक लेखापालक भण्डारगृह में आने वाले निर्मित उत्पादों का निर्गमन क्रमानुसार न करके बाद में आने वाले उत्पाद का निर्गमन कर देते है । असगठित क्षेत्र में साबुन एव डिटर्जेन्ट का उत्पादन पूर्णत: श्रम आधारित परिश्रम द्वारा परम्परागत विधि से तैयार किया जाता है जिससे उत्पाद को भण्डार गृहों की कमी के कारण अधिक समय तक सुरक्षित रख कर विक्रय करना एक महत्वपूर्ण समस्या है, क्योंकि उत्पादन में प्रयुक्त कच्चा माल निम्न कोटि का होने से निर्मित उत्पाद अधिक समय तक टिकाऊ नहीं होता है और कभी-कभी तो विक्रेता के गोदाम में ही खराब हो जाता है । अच्छी भाण्डारण सुविधा न होने के कारण उत्पाद के गुणों में ह्यास होता है, और उत्पाद की बराबदी होती है । विक्रेता भी उत्पाद को सीमित मात्रा में क्रय करते है । प्रभावपूर्ण विपणन के लिए साबुन एंव डिटर्जेन्ट के उत्पादन के साथ-साथ इसके भण्डारण पर भी प्रभावी नियन्त्रण आवश्यक होता है । प्रभावी भाण्डारण के द्वारा उत्पाद की चोरी, क्षति, टूट-फूट तथा असावधानी से होने वाली हानि को रोका जा सकता है ।

असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों को उत्पाद के भण्डारण के लिए संभव सीमा तक भाण्डार गृहों का निर्माण कराया जाना चाहिए । जनपद में उपलबध भण्डार

गृहों को किराये पर लिया जा सकता है, तथा भण्डारगृह में उत्पाद की देख रेख एक अधिकारी के नियन्त्रण में रखना चाहिए । भण्डारगृह तक उत्पाद को पहुँचाने से सम्बन्धित यातायात की समस्या के निवारणार्थ, भण्डारगृह तथा औद्योगिक इकाईयों को, सडक मार्ग से जोडने का प्रयास करना चाहिए । भण्डारगृह में भण्डार रक्षक द्वारा उत्पाद को खुली हवा, सीलन, आग, एव पानी आदि तथ्यों को ध्यान में रखते हुए व्यवस्थित क्रमानुसार उठायाधरी की व्यवस्था करना तथा जिस क्रम से उत्पाद भण्डारगृह में आये उसी क्रम में विक्रय हेतु निर्गमन किया जाना चाहिए । स्टाँक में नवीन उत्पाद की मात्रा का भौतिक निरीक्षण एव जाँच समय-समय पर करते रहना चाहिए और अधिक पुराने, क्षति ग्रस्त, अवशिष्ट एंव अनावश्यक उत्पाद को यथा शीघ्र विक्रय का प्रयत्न करना चाहिए । भण्डारगृह में उत्पाद की प्रकृति के अनुसार नहाने का साबुन, कपड़ा धुलने का साबुन, डिटर्जेन्ट पाउडर एंव शैम्पू को अलग-अलग क्रमानुसार व्यवस्थित रखना एवं निर्गमन विभाग द्वारा उत्पाद का निर्गमन उपयोग करने वाले ग्राहको, की माँग के अनुसार यथा-स्थान सुविधानुसार उपलब्ध कराना चाहिए जिससे विक्रय की मात्रा में वृद्धि है । लेखपालक द्वारा लेखाकन के माध्यम से भण्डारगृह पर उत्पाद की मात्रा एव वित्तीय नियत्रण किया जा सकता है ।

9. बाजार सर्वेक्षण की समस्या :

बाजार सर्वेक्षण उपभोक्ताओं से प्राप्त की जाने वाली सूचनाओं के संकलन की ऐसी व्यवस्थित विधि है जिसका उद्देश्य समग्र व्यवहार के बाजार सम्बन्धी घटको के बारे में जानकारी प्राप्त करना है । साबुन, डिटर्जेन्ट एंव शैम्पू उत्पाद

के सम्बन्ध में बाजार के तत्वों से तथ्यात्मक सूचनाए, उपयोग करने सम्बन्धी राय (मत) तथा अभिवृत्तियों की जानकारी प्राप्त करना है । सर्वेक्षण के आधार पर सकलित सूचनाओं के अध्ययन से ज्ञात हुआ कि असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता अपने द्वारा निर्मित नहाने का साबुन, कपडा धोने का साबुन एव डिटर्जेन्ट पाउडर, बर्तन साफ करने का वाशिग पाउडर आदि के बारे में विक्रेताओं, ग्राहकों तथा उपभोक्ताओं की राय अभिवृत्तियों तथा आवश्यक तथ्यात्मक जानकारी नहीं कर पाते है । क्योंकि इनके समक्ष योग्य, कुशल तथा प्रशिक्षित विक्रय कर्ताओं की कमी के कारण बाजार सर्वेक्षण की समस्या विद्यमान रहती है ।

समय -समय पर उत्पाद के सम्बन्ध में बाजार सर्वेक्षण न करा पाने के कारण उत्पाद किस स्थान कम और किस स्थान पर अधिक बिकता है? बाजार में उत्पाद की बिक्री कितनी है? कुल विक्रय में इस क्षेत्र में निर्मित उत्पाद का कितना भाग है? सभावित मॉग कितनी हो सकती है। विक्रय क्षेत्र का निर्धारण किस प्रकार करे, बाजार की प्रकृति एंव आकार क्या है? बाजार परिवर्तन की दिशा क्या है? आर्थिक घटक उत्पाद के बाजार को किस प्रकार प्रभावित करते है? आदि तथ्यात्मक जानकारी नहीं कर पाते है ।

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता उत्पादन के प्रति अधिक ध्यान देते है, तथा विपणन पर कम ध्यान देते है, यही करण है कि साबुन, डिटर्जेन्ट एंव शैम्पू उत्पाद ग्राहकों की चाह, पसन्द एव फैशन के अनुरूप परिवतर्तित एंव परिमार्जित नहीं कर पाते है, जिससे उत्पाद की मॉग घटती जाती है और विपणन की समस्या उत्पन्न हो जाती है ।

इस समस्या के समाधान हेतु बाजार विश्लेषको, विक्रय कर्ताओं एव ग्राहको की राय तथा परामर्श प्राप्त करना चाहिए । राय एव परामर्श प्राप्त करने के लिए योग्य, कुशल कर्मचारियों की सेवा लेनी चाहिए । यदि इनकी सेवा प्राप्त करने में कठिनाई हो तो पत्र-व्यवहार का सहारा लेना चाहिए । वर्तमान में उपभोक्ता किसी वस्तु को खरीदने में बुद्धिमता का प्रयोग करता हे और वस्तु को खरीदने के पूर्व ही वस्तु का निर्माता कौन है कि जानकारी प्राप्त करता है । अत: असंगठित क्षेत्र को साबुन निर्माताओं को साबुन एव डिटर्जेन्ट पाउडर का उत्पादन करने के पूर्व ही स्वंय बाजारों में साबुन विक्रेताओं, ग्राहको एव उपभोक्ताओं की अभिवृत्तियों की जानकरी प्राप्त करनी चाहिए, और इनकी मॉग एव पसन्द के अनुरूप ही उत्पादन करने का प्रयास करना चाहिए । संगठित क्षेत्र का साबुन निर्माता हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड कम्पनी ने नहाने का साबुन-पीयर्स, लक्स, लक्स सुप्रीम, लाइफबॉय, रेक्सोना, कपडा धोने का सबुन- सनलाइट, रिन, सर्फ पाउडर तथा बर्तन साफ करने का वाशिग पाउडर एव विम टिकिया आदि का उत्पादन करने के पूर्व ही इनके सबन्ध में बाजार सर्वेक्षण किया और आज भी आवश्यकतानुसार समय-समय पर बाजार सर्वेक्षण कराता रहता है । तथा उत्पादन में परिवर्तन करता रहता है । अत: असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता भी उत्पादन के पूर्व बाजार सर्वेक्षण करे यदि उत्पादन के पूर्व बाजार सर्वेक्षण सम्भव न हो तो उत्पादन के पश्चात बाजार में उत्पाद के प्रति ग्राहको, विक्रेताओं एंव उपभोक्ताओं के व्यवहार की जानकारी प्राप्त करने के लिए, समय-समय पर बाजार सर्वेक्षण कराते रहना चाहिए, ताकि बदलते हुए फैशन की मॉग के अनुरूप उत्पाद को परिवर्तित एंव परिमार्जित कर विपणन की समस्या को सीमित किया जा सकता है ।

10. विज्ञापन की समस्या :

प्रत्येक निर्माता को ऐसे संचार के माध्यम की आवश्यकता पड़ती है, जो बृहत आकार में ग्राहकों को उत्पाद के सम्बन्ध में सूचना दे सके एव अवैयक्तिक रूप में क्रेता तक पहुँचा जा सके । व्यवसाय-जगत की इस आवश्यकता ने विपणन का सृजन किया है । इस अवैयक्तिक माध्यम से विक्रेता से क्रेता, उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुॅचा जाता है । विज्ञापन जन समूह क लिए वाणिज्यक संप्रेषण है जिनमें विज्ञापन कर्त्ता उपभोक्ताओं एव भावी क्रंताओं के व्यवहार को अपने उत्पाद एव संस्था के पक्ष में प्रभावित करता है ।

आधुनिक प्रतिस्पर्धात्मक युग में विज्ञापन एक अनिवार्यता है, बिना विज्ञापन का सहारा लिए कोई भी व्यवसायी सफलता की अपनी मंजिल पर नहीं पहुॅच सकता है । साबुन, डिटर्जेन्ट एव शैम्पू उत्पाद, एक ऐसा उद्योग है, जो पूर्णतः विज्ञापन एव पैकिग पर ही आधारित होता है । यही कारण है कि आज टी0वी0, रेडियो, पत्र-पत्रिकाओं में आधे से अधिक विज्ञापन विविध प्रकार के साबुनों, डिटर्जेन्टो एव शैम्पुओं का दृष्टिगोचर होता है । टेलीविजन पर प्रायोजित कार्यक्रमों के प्रयोजक अधिकाशतः साबुन एव डिटर्जेन्ट के निर्माता संस्थान होते है ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादको के समक्ष विज्ञापन की समस्या विशेषतः विद्यमान है । विज्ञापन की समस्या में पूॅजी की कमी सबसे बड़ा गति अवरोधक है, क्योंकि अत्यधिक विज्ञापन कार्यशील पूॅजी में रुकावट डालता है । असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट में एक रुपता, प्रमापीकरण, श्रेणीकरण का अभाव

पाया जाता है, जिससे उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओं को जानकारी देने में कठिनाई होती है ।

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं की औद्योगिक इकाइयॉ बहुत छोटी, होती है तथा कम पूॅजी में स्थापित होती है विज्ञापन पर अधिक खर्च नहीं कर पाती है । इसके विपरीत जनपद इलाहाबाद के लगभग 20 निर्माताओं की मानसिकता यह बन गई है कि विज्ञापन उत्पाद की लागत को बढाता है, जिस प्रकार गोदाम व्यय, मजदूरी व्यय, बिक्री व्यय, उत्पाद की लागत बढाते हैं, उसी प्रकार विज्ञापन व्यय भी उत्पाद की लागत बढ़ाते है जिसका प्रभाव उपभोक्ता पर पडता है । विज्ञापन व्यय बढने से उत्पाद का प्रति इकाई मूल्य अधिक हो जाता है परिणामत: उत्पाद के विक्रय में समस्या उत्पन्न हो जाती है ।

यही कारण है कि वर्तमान सदर्भ असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता द्वारा विज्ञापन को मात्र एक दिखावा, ऊपरी सजावट, सौदर्य एव साज-सज्जा की झलक माना जाता है । जबकि उत्पाद की वास्तविकता इससे कही दूर नजर आती है । कुछ निर्माताओं की यह सोच रहती है, कि विज्ञापन पर किया गया व्यय अपव्यय होता है, इस सम्बन्ध में धन का अपव्यय, मिथ्या प्रचार, भ्रामक, दोषपूर्ण, अश्लील विज्ञापन, खर्चीला फैशन परिवर्तन, प्रतिस्पर्धा का जन्म, राष्ट्रीय स्रोतो का अपव्यय, सामाजिक बुराइयों को जन्म देता है आदि तर्क दिये जाते है जो विज्ञापन के विपरीत धारणा की ओर प्रेरित करते है, तथा विभिन्न निर्माताओं, उत्पादको, सरकार, समाज द्वारा, अर्थशास्त्रियों एंव विशेषज्ञों द्वारा विज्ञापन की कटु आलोचना की जाती है, क्योंकि विज्ञापन ज्ञान वर्धन न होकर झूठे, कपटपूर्ण, भ्रामक

जानकारी देते है, इससे जन साधारण को हानि पहुँचती है, इन्ही कारणों से असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता विज्ञापन नहीं करते है । इसके विपरीत वर्तमान व्यवसवायिक जगत संगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता विपणन की अक्रामक रणनीति तैयार कर विज्ञापन पर अधिकाधिक धन खर्च कर रहे है और किसी न किसी अभिनेता, अभिनेत्री एव खिलाड़ियों को विज्ञापन के लिए उपयोग कर रहे है । जिसके उपयोग से उत्पाद की सूचना उपभोक्ताओं तक शीघ्र अति शीघ्र पहुँचाते है, तथा उपभोक्ताओं में उत्पाद के प्रति आकर्षण उत्पन्न करते है । इस क्षेत्र के निर्माताओं द्वारा उत्पाद के विपणन वृद्धि हेतु आधुनिक विज्ञापन का प्रभावकारी माध्यम बिक्री एंव प्रचार का संयुक्त अभियान है इस कार्य के लिए विशेष विक्रय कर्ताओं एव प्रचार कर्ताओं का उपयोग किया जा रहा है । ये विक्रय कर्ता एंव प्रचार कर्ता ग्राहको के घर-घर जा कर साबुन, डिटर्जेन्ट एव शैम्पू सम्बन्धी पूर्ण जानकरी कराते है, साथ ही विक्रय के लिए ग्राहको को विशेष प्रलोभन यथा-छूट का कूपन, एक टिकिया साबुन के साथ एक मुफ्त एवं प्रयोग द्वारा परीक्षण का अवसर दिया जाता है । प्रलोभन स्वरूप प्रत्येक ग्राहक को कुछ न कुछ उपहार एक पैकेट के साथ दिया जाता है । जबकि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा विज्ञापन के इस माध्यम का प्रयोग भी नहीं किया जा रहा है क्योंकि यह अपेक्षाकृत महँगा पड़ता है, कुशल योग्य विक्रय कर्ताओं एवं प्रचार कर्ताओं भी नहीं मिल पाते है । इस प्रकार असगठित क्षेत्र के समक्ष विपणन के संदर्भ में विज्ञापन समस्या मौजूद है ।

विज्ञापन सम्बन्धी समस्या के समाधान हेतु विचारणीय तथ्य इस प्रकार है। विज्ञापन कम समय के लिए ही किया जाय किन्तु उत्पाद के संदर्भ जो तथ्य

उद्धृत किये जाय वे सुस्पष्ट उत्पाद की वास्तविकता से मेल खाते हो । जो गुण एव दोष उत्पाद में झलकते हो उसका पूर्ण रूप से वर्णन किया जाना चाहिए जिससे उपभोक्ताओं एंव ग्राहकों का विश्वास जीता जा सके । इससे विज्ञापन खर्च भी कम आता है और लोगों को सही जानकारी प्राप्त हो जाती है । विज्ञापन की सस्ती एव अधिक समय तक ग्राहकों को प्रेरित करने वाली विधि को अपनाना चाहिए । मेलो एव बाजारों में स्थानीय कलाकारों के माध्यम से साबुन एव डिटर्जेन्ट का प्रचार एंव विक्रय सयुक्त रूप से किया जाना चाहिए । विक्रय के समय एक साबुन की टिकिया खरीदने पर कुछ उपहार स्वरूप प्रलोभन दिया जाना चाहिए अर्थात् विक्रय सवर्द्धन की विधियों का प्रयाग विज्ञापन एव विपणन की समस्या के निदान में सहायक हो सकता है । सरकार द्वारा शासकीय मीडिया तन्त्र की सुविधाओं को रियायती दर असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को मुहैया कराया जाना चाहिए । असगठित क्षेत्र द्वारा विज्ञापन के ऐसे साधनों का प्रयोग करना चाहिए जिनकी लागत कम हो तथा उपभोक्ताओं को उत्पाद के क्रय के लिए प्रेरित करे । उपभोक्ता स्वंय क्रय के लिए अभिप्ररित होता है तो उपभोक्ता स्वय ही विज्ञापन करता है उपभोक्ता द्वारा उत्पाद की अच्छाईयों को अन्य उपभोक्ताओं को बताना ही भावी उपभोक्ता सृजन में वृद्धि करता है इससे उत्पाद की माँग बढती है एवं कुल बिक्री बढ़ने लगती है । बिक्री बढ़ने से बिक्री व्यय में कमी आती है । इस प्रकार विपणन प्रक्रिया को सम्पन्न किया जा सकता है ।

11. प्रमापीकरण एंव श्रेणीकरण की समस्या :

प्रमापीकरण से हमारा आशय उन आधारभूत सीमाओं के निर्धारण से है । जिनसे उत्पाद को अलग-अलग वर्गो में परिभाषित किया जा सके । प्रमापीकरण

की प्रक्रिया उत्पादन से लेकर विपणन तक अपना विशिष्ठ महत्व रखती है । श्रेणीकरण प्रमापीकरण का ही एक भाग है । श्रेणीकरण का आशय उत्पाद को उनमें पायी जाने वाली सामान्य विशेषताओं के आधार समूह में बांटना होता है ।

विपणन का मुख्य उद्देश्य उत्पाद को उत्पादकों से उपभोक्ता तक इस प्रकार हस्तान्तरित करने से है कि वे उपभोक्ता तक सफलता से पहुँच जाये और उनकी आवश्यकताओं को अधिक से अधिक सन्तुष्ट कर सके । उत्पादक विपणन में मितव्ययिता एव सरलता लाने के लिए यह आवश्यक है कि उत्पाद को ऐसे अलग-अलग समूहो में विभाजित करे जिनमें प्रत्येक समूह के उत्पाद का समान लक्षण हो ऐसा होने से उपभोक्ता एंव उत्पादक दोनों को ही क्रय-विक्रय सरल हो जाता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सगृहित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को अपने द्वारा उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट पाउडर का प्रमापीकरण एव श्रेणीकरण करने में कठिनाई का सामना करना पडता है । इलाहाबाद जनपद के अधिकाश साबुन उत्पादकों को उत्पाद के प्रमापीकरण एव श्रेणीकरण के सम्बन्ध में कोई जानकारी नहीं है, जिन उत्पादकों को जानकारी है भी वे शासकीय कार्यवाही की जटिलता के कारण प्रमापीकरण एव श्रेणीकरण नहीं करा पाते है । प्रमाणीकरण एंव श्रेणीकरण की जानकारी न होने तथा शासकीय जटिलता का कारण, अभी भी देश में जन चेतना की कमी, शिक्षित जनसंख्या की कमी, प्रमापों एंव श्रेणियों का दुरुपयोग, शासकीय तन्त्र की कार्य के प्रति लापरवाही आदि कारण उत्तरदायी हैं, प्रमापीकरण एंव श्रेणीकरण न हो पाने से

उत्पाद को वित्त की असुविधा, उत्पादन से विक्रय में कठिनाई होती है । उत्पाद के प्रमापीकरण एव श्रेणीकरण के पश्चात उपभोक्ता द्वारा प्रमापित एव श्रणीबध्य उत्पाद की मॉग स्वय की जाती है और उपभोक्ताओं को क्रय के लिए प्रेरित करने की आवश्यकता नहीं पडती है जिससे विक्रय में सुविधा होती है । ऋण प्रदान करने वाले के द्वारा प्रमापित एव उत्पाद के श्रेणीबन्ध उत्पाद के मूल्य का पता आसानी से लगाया जा सकता है जिससे प्रमापित एव श्रेणीबन्ध वस्तुओं की जमानत पर ऋण प्राप्त करने में सुविधा रहती है ।

प्रमापीकरण एव श्रेणीकरण की समस्या के समाधान हेतु भारत में एक भारतीय मानक संस्था की स्थापना की गयी है जिसका मुख्य कार्यालय नयी दिल्ली में है जिसका मुख्य कार्य राष्ट्रीय तथा अन्तराष्ट्रीय स्तर पर उत्पादो का प्रमाप एव श्रेणीबन्ध करना है । साथ ही उच्च स्तरीय वस्तुओं के उत्पादन के बारे में सुझाव देना, उत्पादन के मानको को सरल बनाना, उद्योगों से परस्पर अच्छे गुण स्तर की वस्तुए बनाने के लिए प्रतिस्पर्धा जागृत करना, उत्पादनों में सुधार के लिए सुझाव देना, नये उत्पादकों की जॉच करके उन्हें प्रमाप चिन्ह प्रदान करना तथा उत्पाद के सम्बन्ध में प्रमापों का प्रचार करना है ।

असगठित क्षेत्र के साबुन उत्पाद को प्रमापीकरण एव श्रेणी बन्धन से सम्बन्धित शासकीय कार्यवाहियों में सरलता प्रदान करना चाहिए तथा इसकी जानकारी जन-जन तक पहुचाने के लिए प्रचार-प्रसार की आधुनिक तकनीकों का प्रयोग किया जाना चाहिए । उत्पादको को अपने द्वारा निर्मित साबुन एंव डिटर्जेन्टो तथा अन्य उत्पादों का प्रमापीकरण एव श्रेणी करण अवश्य कराना चाहिए ।

क्योंकि प्रमापीकरण के पश्चात उत्पाद का ट्रेडमार्क, ब्राण्ड, किस्म का पंजीयन उत्पादक के लिए हो जाता है । जिससे बाजार में उपभोक्ताओं को ब्राण्ड, किस्म, तथा ट्रेडमार्क पहचानने में आसानी होती है और उपभोक्ता उसी ब्राण्ड की वस्तु की मॉग विक्रेता से करते है । उत्पाद में मिलावट और नकली होने का भ्रम भी समाप्त हो जाता है क्योंकि आज साबुन में बाजार में विभिन्न किस्म एंव ब्राण्ड के साबुन उत्पाद भिन्न-भिन्न मूल्यों पर नकली एंव असली दोनों बिक रहे है जिससे उपभोक्ता के लिए पहचानना एक समस्या पैदा हो गयी है इस दशा में उत्पाद का प्रमापीकरण एव श्रेणीकरण कराना अनिवार्य कर दिया जाना चाहिए ।

नवम् अध्याय

अध्याय – 9

निष्कर्ष एवं सुझाव

ओद्योगीकरण किसी देश के विकास को गति प्रदान करने, आवश्यक वस्तुओं की आपूर्ति सुनिश्चित करने के साथ-साथ रोजगार उत्पन्न करने का महत्वपूर्ण स्रोत है । औद्योगिकरण को बढावा देने के सम्बन्ध में कोई भी खोज देश की प्रगति के मार्ग को प्रशस्त करना है । अत: ऐसें औद्योगिक क्षेत्र की समस्याओं की खोज देश में औद्योगिकरण के जन्मदाता है, का अध्ययन हेतु चयन करके एक सामाजिक दायित्व की पूर्ति की है ।

उद्योग को किसी भी देश के विकास की आधारशिला माना जाता है । उद्योग के द्वारा ही विश्व के अनेक राष्ट्र विकसित देश की श्रेणी में आ गये है। चाहे वो अमेरिका हो, रूस हो, अथवा छोटे-छोटे राष्ट्र जापान, जर्मनी, स्विटजरलैण्ड हो, ये राष्ट्र उद्योगों की वजह से आज विश्व के देशों में अपना स्थान बनाये हुए हैं ।

भारत आदि काल से ही औद्योगिक राष्ट्र के रूप में प्रसिद्ध था । विश्व के अनेक देश यहां से वस्तुओं का आयात करते थे । प्राचीन काल में वस्तुओं का उत्पादन असंगठित क्षेत्र में कार्यरत उद्योगों द्वारा परम्परागत तरीके से किया जाता था । औद्योगिक क्रान्ति के पश्चात भारत में निर्मित वस्तुओं की लागत बढती गयी, और विश्व में अनेक देशों द्वारा नई तकनीक को अपनाने से वहां की वस्तु सस्ते मूल्य पर मिलने लगी । जिसका परिणाम हुआ कि भारत को अपने उद्योगों को बन्द करना पडा । औपनिवेशिक शासन काल में भारतीय अर्थव्यवस्था

का ह्रास निरन्तर हो गया, तथा स्वतन्त्रता के समय देश में गरीबी, बेरोजगारी, विषमता आदि समस्याए जटिल हो गयी, जिसकों दूर करने के लिए सरकार द्वारा विभिन्न औद्योगिक नीतिया घोषित की गयी ।

24 जुलाई 1991 में वर्तमान औद्योगिक नीति पारित की गयी जिसमें उदारीकरण का मार्ग प्रशस्त किया गया । औद्योगिक विकास को तीव्र करने के लिए उद्योगों के अनेक नियमों एवं नियन्त्रणों से छूट प्रदान की । एम0आर0टी0पी0 एक्ट को सशोधित किया गया विदेशी पूंजी निवेश की सीमा को 40 प्रतिशत से बढ़ाकर 51 प्रतिशत किया गया । इस नीति में छः उद्योगों (वर्तमान में पांच प्रतिशत) को छोड़कर सभी उद्योगों को निजी क्षेत्र के लिए खोल दिया गया । नई औद्योगिक नीति के तहत 15 उद्योगों को छोडकर शेष सभी उद्योगों को लाइसेन्स मुक्त कर दिया गया है । इस प्रकार नई औद्योगिक नीति के पारित होने के बाद औद्योगिक विकास की दर तीव्र हो गयी है ।

औद्योगिक विकास की दर जहा प्रथम पचवषीय योजना में 8 प्रतिशत वार्षिक थी, वहीं नौवीं पचवर्षीय योजना के प्रथम दो वर्षो में मात्र 6 प्रतिशत रही और 2000-2001 में मात्र 5.3 प्रतिशत ही रही । यदि औद्योगिक विकास की दर 10.5 प्रतिशत वार्षिक रखा जाय तो, अपने 8.2 प्रतिशत के लक्ष्य को प्राप्त कर पायेगी।

औद्योगिक उत्पादन वर्ष 1981-82 में 9.3 प्रतिशत था जो कि 2000-2001 में घटकर 5 प्रतिशत रह गया । इस प्रकार वर्ष 1995-96 को छोड़ दिया जाय तो उत्पादन की वार्षिक वृद्धि दर लगातार घट रही है ।

सफाई के लिए प्रयुक्त किये जाने वाले पदार्थो को अपमार्जक कहते हैं जो खाद्य-आखाद्य तेलो का क्षार, सोडा ऐश, कास्टिक सोडा आदि के मिश्रण से बनाया जाता है । और निर्मित पदार्थ साबुन कहा जाता है । साबुन उद्योग का देश में वास्तविक विकास स्वतन्त्रता के पश्चात ही हो पाया है । जो निम्न के द्वारा स्पष्ट होता है ।

1 देश में वर्ष 1954 में प्रति व्यक्ति साबुन की खपत मात्र 12 5 औंस थी जबकि पश्चिमी देशों में प्रति व्यक्ति खपत 400 औंस थी ।

2 वर्ष 1992 में भारत में प्रति व्यक्ति साबुन की खपत बढ़ कर 2.4 कि0ग्रा0 हो गयी और विश्व में प्रति व्यक्ति खपत बढ़ कर 9 किलोग्राम हो गयी ।

3. सर्वेक्षण द्वारा एकत्रित सूचनाओं से ज्ञात हुआ कि वर्ष 1952-53 में 20 लाख मन खाद्य तेल का उपयोग साबुन बनाने में प्रयोग किया गया था, इसके बाद खाद्य तेलों का औद्योगिक उपयोग बढ़ता गया ।

4. वर्ष 1955 में देश में साबुन उद्योग के 56 बड़े कारखाने संगठित क्षेत्र में थे । जिनकी उत्पादन क्षमता 190000 टन थी ।

5 वर्ष 1984-85 में सगठित क्षेत्र एवं असगठित क्षेत्र द्वारा संयुक्त रूप से देश में कुल साबुन का उत्पादन 10 लाख टन हुआ जिसमें से 620 हजार टन साबुन का उत्पादन असगठित क्षेत्र द्वारा किया गया था ।

6 वर्ष 1998-99 में कुल 12 5 लाख टन साबुन का उत्पादन किया गया जिसमें 5 लाख टन स्नान का तथा शेष कपडा धोने के साबुन का उत्पादन

किया गया । वर्ष 2000-2001 में साबुन का उत्पादन बढकर 12 8 लाख टन हो गया।

7 देश में वर्ष 1984-85 में 190000 टन डिटर्जेण्ट का उत्पादन किया गया था । जो वर्ष 1998-99 में बढकर 24 लाख टन हो गया और वर्ष 2000-2001 में 26 लाख टन का उत्पादन किया गया ।

8 भारत में वर्ष 1982 में साबुन का प्रति व्यक्ति उत्पादन 7.5 किलोग्राम था जबकि विश्व के अन्य देशों जैसे - अमेरिका में 25 किलोग्राम, ब्रिटेन में 19.6 किलोग्राम, तथा पश्चिम जर्मनी में 20.7 किलोग्राम वार्षिक था। इस प्रकार भारत में सभी प्रमुख देशों की तुलना में साबुन का प्रति व्यक्ति उत्पादन कम था ।

9. साबुन एक उपभोक्ता परक वस्तु है । जिसकी खपत में जनसख्या में वृद्धि के साथ-साथ वृद्धि होती जा रही है । भारत में वर्ष 1960 में प्रति व्यक्ति साबुन का उपयोग 0.99 किलोग्राम वार्षिक था, जो 1980 में बढ़कर 1 6 किलोग्राम हो गया ।

जबकि पश्चिमी युरोप में 18.9 किलोग्राम, पूर्वी यूरोप में 8.6 किलोग्राम, उत्तरी अमेरिका मे 30 1 किलोग्राम, दक्षिणी अमेरिका में 7 8 किलोग्राम, अफ्रीका में 3 2 किलोग्राम, और एशिया महाद्वीप में 2 1 किलोग्राम प्रति व्यक्ति उपयोग किया गया । जबकि इसी समय सम्पूर्ण विश्व में औसतन 6.3 किलोग्राम वार्षिक उपयोग हुआ ।

10 देश में साबुन एव डिटर्जेण्ट की मांग लगभग 40:60 की है ।वर्ष 1992 में कुल मांगे 2 38 मिलियन टन थी जो 2000 में बढ़कर 4 18 मिलियन टन वार्षिक हो गयी है ।

11 औद्योगिक दृष्टिकोण से इलाहाबाद जनपद अन्य क्षेत्रों की अपेक्षा विकसित है। भौगोलिक परिस्थितियों के विषम होने के कारण कृषि का विकास उत्तरोत्तर व्ययशील होता जा रहा है । स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात जनपद में औद्योगिक विकास पर बल दिया गया है ।

12 इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1999 तक असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत विभिन्न प्रकार के उद्योगो में पजीकृत इकाइयाँ 9360 थी जो बढकर 31 मार्च 2002 तक इनकी सख्या 9838 हो गयी है ।

13. इलाहाबाद जनपद में अपमार्जक के रूप में साबुन का विकास 1957 में नैनी में औद्योगिक आस्थान की स्थापना के पश्चात् अन्य उद्योगों के साथ हुआ।

14. इलाहाबाद जनपद में सर्वप्रथम 1965 में साबुन उद्योग की दो इकाइया असगठित क्षेत्र में स्थापित हुई थी, जिसमें विनियेाजित पूँजी 820000 रुपया थी तथा कुल उत्पादन 219000 रुपया मूल्य का था और 20 व्यक्तियों को रोजगार प्राप्त था ।

15 31 मार्च 2002 तक इलाहाबाद जनपद में रसायन पर आधारित 397 औद्योगिक इकाइया स्थापित हुई जिसमें साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग की 107 इकाइया हे जो विभिन्न प्रकार के साबुन उत्पाद निर्मित कर रही है ।

16. इलाहाबाद जनपद में स्थापित असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों का कार्य संचालन पूर्ण रूप से नही हो रहा है । साधारणत: यह पाया गया, कि प्रत्येक औद्योगिक इकाई किसी न किसी समस्या से ग्रस्त है, यदि कोई उत्पाद की गुणवत्ता की समस्या से ग्रस्त तो कोई कच्चे माल की समस्या से ग्रस्त है, पूँजी की समस्या से लगभग सभी इकाइयाँ ग्रस्त है।

17. वास्तविक रूप से पंजीकृत 107 इकाइयां साबुन उद्योग की अंसगठित क्षेत्र में है परन्तु इसमें से अधिकांश इकाइयों की स्थिति दयनीय है, बहुत सी बन्द हो गयी है, जबकि औद्योगिक इकाइयों का पंजीकरण जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद में चल रहा है । जैये - दुर्गा डिटर्जेण्ट वर्क्स, हिन्दुस्तान वांशिंग प्रोडक्टस, प्रकाश केमिकल्स इण्डस्ट्रीज, गुप्ता डिटर्जेण्ट सोप इण्डस्ट्रीज आदि इकाइयां बन्द हो गयी है ।

18. निष्कर्षत: यह कहां जा सकता है कि जनपद इलाहाबाद में साबुन उद्योग के विकास की अधिकाधिक संभवना व्याप्त है, परन्तु औद्योगिक इकाइयों के कार्य संचालन में सुधार की आवश्यकता है ।

19. इलाहाबाद जनपद की साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा विपणन की प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों विधियों का प्रयोग किया जाता है प्रत्यक्ष विधि के अन्तर्गत उत्पादक दो विधियों का प्रयोग अधिंकाशत: करता है । प्रत्यक्ष विधि के अन्तर्गत उत्पादक स्वयं दुकान खोलकर, व्यक्तिगत विक्रय के द्वारा, प्रदर्शन के द्वारा विपणन प्रक्रिया सम्पन्न करता हैं । अप्रत्यक्ष विपणन के

अन्तर्गत उत्पादक स्वय विक्रय अभिकर्ताओं के माध्यम से विपणन प्रक्रिया कार्यान्वित करते हैं ।

20 इलाहाबाद जनपद के असगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों के समक्ष विपणन प्रक्रिया में विभिन्न प्रकार के भिन्न-भिन्न रूपों में बाधाएं उत्पन्न होती है । उद्यमी स्वयं की अकुशलता के कारण बाजार में उत्पाद का समुचित विपणन नही हो पा रहा है, क्योंकि सर्वप्रथम उपभोक्ता ही उत्पाद को पसन्द नही करते है और न ही खरीदते हैं ।

21 इलाहाबाद जनपद के स्थानीय शहरी क्षेत्रों की दुकानों एवं विक्रकेताओं के द्वारा असंगठित क्षेत्र में निर्मित साबुन उत्पाद का विक्रय नही किया जाता है। बल्कि दूसरे शहरों में सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में इनके साबुन उत्पाद का विक्रय दुकानों एव विक्रेताओं द्वारा किया जाता है अर्थात् स्थानीय विक्रेता एव उपभोक्ता उत्पाद के प्रति विपरीत दृष्टिकोण रखते हैं ।

22 इलाहाबाद जनपद के असगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों द्वारा विज्ञापन के लिए प्रभावी एवं आकर्षक माध्यम का प्रयोग नही किया जाता है जिससे उत्पाद के समबन्ध में उपभोक्ताओं को यथोचित जानकारी नही मिल पाती है । जबकि सगठित क्षेत्र की विशिष्ट कम्पनियां अपने साबुन उत्पाद की जानकारी उपभोक्ताओं तक पहुंचाने के लिए विज्ञापन के आधुनिक साधनों से आकर्षक एवं लुभावने प्रचार-प्रसार से उपभोक्ताओं के दिलो-दिमाग में उत्पाद की छाप भरे देते हैं जिससे उपभोक्ता स्वय ही विक्रेता दुकानों पर उसी उत्पाद की माग करता है ।

23 इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों द्वारा उत्पादन पूर्णतः परम्परागत विधि से किया जाता है, जिससे उत्पाद की लागत अधिक पडने के साथ-साथ उत्पादित उत्पाद की गुणवत्ता भी घटिया किस्म की पायी जाती है और वे उत्पाद का लाभप्रद मूल्य निर्धारित नही कर पाते हैं।

24 असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता कम पूजी से उद्योग लगाने के कारण उच्चकोटि का कच्चा माल एव रसायनिक पदार्थो का उपयोग नही कर पाते है । और उत्पाद को आकर्षक सुगन्ध, पैकिग, लुभावने आकार एव डिजाइन में निर्मित नही कर पाते हैं । वर्तमान समय साबुन के प्लास्टिक कोटेड रैपरों का प्रचलन अधिक तेजी से बढ गया है जबकि इस क्षेत्र के निर्माता इन रैपरों का भी प्रयोग नही कर पाते है जिससे उत्पाद के विक्रय में कठिनाई का सामना करना पड़ता है।

25. औद्योगिक उत्पादन का सामान्य सूचकांक आधार वर्ष 1980-81 के अनुसार 109.3 था जो 1990-91 में बढ़कर 212.6 हो गया, इसी प्रकार आधार वर्ष 1993-94 के औद्योगिक उत्पादन का सामान्य सूचकाक वर्ष 1994-95 में 109.1 से बढकर 2000-2001 में 162.7 हो गया जो 149 13 प्रतिशत की वृद्धि दर्शाती है।

सरकार द्वारा औद्योगिक उदारीकरण की नीति अपनाने का मुख्य उद्देश्य ही यही था कि देश में औद्योगिक विकास दर में तीव्रता लायी जा सके। परिणामस्वरूप औद्योगिक विकास को बल मिला। इसके पश्चात सरकार ने

औद्योगिक सुधारों को जारी रखा जिसके तहत वर्ष 1997-98 से कोयला, लिग्नाइट, पेट्रोलियम, औषधि एवं चीनी को लाइसेन्स मुक्त कर दिया गया है।

यह निर्विवाद रूप से सत्य है कि प्रथम पंच वर्षीय योजना के पश्चात सभी क्षेत्रों में औद्योगिकरण द्वारा प्रगति हुई, औद्योगिक विकास मे अर्थव्यवम्था में विविधीकरण, आधुनिकीकरण तथा आत्मनिर्भरता की प्राप्ति में काफी सहायता मिली है। अपनी उच्च तकनीक तथा गुणवत्ता से देश विश्व स्तर पर अपनी पहचान दर्ज करा ली है।

देश के आर्थिक विकास में असंगठित क्षेत्र के उद्योगों की भूमिका महत्वपूर्ण रही है। असंगठित क्षेत्र भारतीय अर्थव्यवस्था में एक गतिशील और जीवन्त क्षेत्र के रूप में उभरा है। देश के कुल औद्योगिक उत्पादन में 40 प्रतिशत तथा सकल निर्यात में 35 प्रतिशत का योगदान है असंगठित क्षेत्र की 30 लाख लघु इकाइयों में लगभग 167 लाख व्यक्तियों को रोजगार सृजन का अवसर उपलब्ध हुआ है। इस क्षेत्र में 7500 से अधिक उत्पादों वाली व्यापक श्रेणी की वस्तुओं का निर्माण होता है और कम आय वर्ग के व्यक्तियों को सस्ती उपभोक्ता वस्तुऐं और सेवाएं प्रदान कर रहे हैं।

असंगठित क्षेत्र का देश के शुद्ध राष्टीय उत्पादन में अश वर्ष 1960-61 में 74.40 प्रतिशत थ जो वर्ष 1998-99 में घटकर 61 प्रतिशत हो गया। इस प्रकार असगठित क्षेत्र का अंशदान निरन्तर घट रहा है। जबकि इस क्षेत्र में नियोजित व्यक्तियों की संख्या में निरन्तर वृद्धि हो रही है। वर्ष 1973 में 217.5 मिलियन व्यक्तियों को रोजगार असगठित क्षेत्र में उपलब्ध था जो कुल नियोजित व्यक्तियों

की सख्या का 92 प्रतिशत था वर्ष 1999 तक नियोजित व्यक्तियों की सख्या में वृद्धि हुई और बढकर 377 8 मिलियन हो गयी जो कुल नियोजित व्यक्तियों की सख्या का 93 प्रतिशत है। असंगठित क्षेत्र का निवल घरेलु उत्पाद में असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्ति मात्र 20 प्रतिशत है तथा शेष 80 प्रतिशत परिचालन अतिरेक एव मिश्रित आयों के रूप में है। जबकि सगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्ति 59 प्रतिशत है तथा परिचालन अतिरेक और मिश्रित आयों के रूप में मात्र 41 प्रतिशत है। इस प्रकार असगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्तियाँ संगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्तियों की तुलना में कम है।

समाज की उन प्रारम्भिक परिस्थितियों में जबकि मानव की आवश्यकतायें बहुत कम थी उत्पादन की रीति भी सीधी तथा सरल थी, विनिमय का क्षेत्र भी सीमित था अतः विपणन की पद्धति भी साधारण और सरल थी उस समय उत्पादक और उपभोक्ता में प्रत्यक्ष सम्बन्ध रहता था और विपणन कार्य सीधे ही उत्पादक से उपभेक्ता को हो जाता था। लेकिन आधुनिक काल में बड़े पैमाने के उत्पादन, श्रम-विभाजन, विशिष्टीकरण और वैज्ञानिक तरीकों पर आधारित जटिलतम उत्पादन पद्धति के प्रयोग तथा शक्ति चलित तीव्रगामी परिवहन संसाधनों के विकास के फलस्वरूप विपणन की प्रक्रिया जटिल हो गयी है। आज विपणन से हमारा तात्पर्य उत्पादक से उपभोक्ता के हाथों तक वस्तुओं के सरल एवं प्रत्यक्ष हस्तान्तरण से नहीं बल्कि यह अनेक उपकार्यो में विभाजित हो चुका है। जो पृथक-पृथक प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से सम्पन्न किये जाते है प्रत्यक्ष विपणन के अन्तर्गत उत्पादक स्वय उपभोक्ता एवं ग्राहकों को उत्पादित वस्तु का विपणन करता

है। जबकि अप्रत्यक्ष विपणन में उत्पादित वस्तु को उपभोक्ता तथा ग्राहकों तक पहुँचाने के लिए विभिन्न प्रकार के मध्यस्थों का सहारा लेता है असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा साबुन उत्पाद का मुख्यत. प्रत्यक्ष विपणन किया जाता है और आवश्यकतानुसार परिस्थिति अनुकूल अप्रत्यक्ष विपणन का भी सहयोग प्राप्त करते है।

परिकल्पना की पुष्टि :

इस प्रकार विभिन्न अध्यायों की समग्र अवलोकन से यह परिलक्षित होता है कि असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों को विपणन सम्बन्धी विभिन्न प्रकार की समस्याओं का सामना करते हुए निरन्तर प्रगति के मार्ग पर अग्रसर है। शोध के विविध परिकल्पनाओं का स्पष्टीकरण इस प्रकार से संदर्भित किया जा सकता है-

1. तालिका 4.4 से स्पष्ट है कि सम्पूर्ण देश में साबुन एवं डिटर्जेन्ट की माँग में निरन्तर वृद्धि हुई है। जहाँ वर्ष 1992 में 238 मिलियन टन साबुन एव डिटर्जेन्ट की माँग थी वही वर्ष 2000 में बढकर 4 18 मिलियन टन हो गयी। इससे स्पष्ट है कि कुल माँग में निरन्तर वृद्धि रही है तथा बदलते हुए सामाजिक परिवेश में साबुन एव डिटर्जेन्ट की माँग में निरन्तर वृद्धि होना है और असगठित क्षेत्र के उत्पादों की माँग भी निम्न स्तर के उपभोक्ता वर्ग में निरन्तर बनी हुई है और आगामी भविष्य में बनी रहने की संभावना है इस प्रकार प्रथम परिकल्पना असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों के उत्पादों की माग में निरन्तर कमी हो रही असत्य साबित होती है।

2 4 2 से स्पष्ट है कि देश में कुल साबुन एवं डिटरजेन्ट का उत्पादन वर्ष 1993 से निरन्तर बढ़ रहा है। वर्ष 1987 में साबुन का कुल उत्पादन 4 7 लाख टन और डिटर्जेन्ट का उत्पादन मात्र 1.72 लाख टन था जो वर्ष 1993 में साबुन का उत्पादन बढकर 3.40 लाख टन तथा डिटर्जेन्ट का उत्पादन 3.07 लाख टन हो गया, इसके बाद के वर्षों में साबुन एव डिटर्जेन्ट के उत्पादन में निरन्तर वृद्धि होती रही जो वर्ष वर्ष 1999 तक बढकर 12.8 लाख टन साबुन तथा डिटर्जेण्ट का उत्पादन 26 00 लाख टन हो गया, यह उत्पादन संगटित एव असगठित क्षेत्र में सम्मिलित रूप से हुआ है। इस प्रकार द्वितीय परिकल्पना असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों के कुल उत्पादन की मात्रा में निरन्तर कमी हो रही है भी असत्य साबित होती है। क्योंकि देश में समग्र साबुन एवं डिटर्जेन्ट के उत्पादन में वृद्धि हो रही है।

3. तालिका 6.3 से स्पष्ट है कि जनपद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र की इकाइयों की सख्या में निरन्तर उतार-चढाव बना रहा वर्ष 1984-85 में पजीकृत इकाइयों की सख्या 6 थी वर्ष 1987-88 के दौरान कुल 12 इकाइयाँ पजीकृत हुई तथा वर्ष 1999-2000 में मात्र 2 इकाइयाँ पंजीकृत हुई। वर्ष 2000-01 में कुल पंजीकृत इकाईयों की संख्या में पुनः वृद्धि हुई जो बढकर 10 हो गयी जबकि वर्ष 2001-02 में कुल पंजीकृत इकाइयाँ 7 है इस प्रकार तृतीय परिकल्पना सत्य है कि जनपद में असगठित क्षेत्र की इकाईयों की सख्या में निरन्तर उच्चावचन बना रहा ।

4 इलाहाबाद जनपद में असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की इकाईयों द्वारा उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट जनपद के सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों एव शहरी मलिन बस्तियों की दुकानों पर पाये गये तथा शहरी क्षेत्रों में भी प्रचार गाड़ी, रिक्शा, ट्राली पर लादकर, चौराहों - नुक्कडों पर, बस अड्डों पर, रेलवे स्टेशनों पर विक्रय करते पाये गये, इस प्रकार चतुर्थ परिकल्पना भी असत्य साबित होती है कि जनपद की बाजारों में असगठित क्षत्र के माबुन उत्पाद उपलब्ध नहीं हो रहे हैं।

5 तालिका 4 3 तथा 4.4 से स्पष्ट होता है कि भारत में जहाँ 1960 प्रति व्यक्ति उपभोग मात्र 0.99 किलोग्राम था, वही वर्ष 1980 में बढ़ कर 1.6 किलोग्राम प्रति व्यक्ति उपभोग हो गया तथा साबुन डिटर्जेन्ट की माँग में भी इस प्रकार वृद्धि हुई है जहाँ वर्ष 1992 में देश में कुल साबुन की माँग 0.95 मिलियन टन तथा डिटर्जेन्ट की माँग 1 43 मिलियन टन थी जो वर्ष 2000 तक बढकर साबुन की माँग 1.25 मिलियन टन और डिटर्जेन्ट की 2 93 मिलियन टन हो गयी इस प्रकार जब साबुन एव डिटर्जेन्ट की उपभोग में वृद्धि हो रही हैं साथ में माँग में भी वृद्धि हो रही है। साबुन उत्पाद एक उपभोक्ता परक वस्तु होने के कारण आगामी भविष्य में माँग में और वृद्धि होने की सम्भावना है इस प्रकार पांचवी परिकल्पना साबुन उद्योग में असगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाइयों का भविष्य उज्जवल नही है । असत्य साबित होती है, क्योंकि वर्तमान औद्योगिकरण के सन्दर्भ में साबुन एव डिटर्जेण्ट का उत्पादन असगठित एव

सगठित दोनों क्षेत्रों द्वारा किया जा रहा है साबुन उद्योग क्षेत्र में असंगठित क्षेत्र एव सगठित क्षेत्र दोनों क्षेत्रों के सम्मलित होने के कारण इसका क्षेत्र विस्तृत हो गया है तथा उत्पादन बडे पैमाने पर हो रहा हे । परन्तु अभी भी साबुन एव डिटर्जेण्ट की माग एवं खपत को देखते हुए उत्पादन अप्रर्याप्त हे । भविष्य में माग की पूर्ति हेतु अधिकाधिक उत्पादन किया जायेगा और इकाइयों का भविष्य उज्जवल होगा ।

विभिन्न परिकल्पनाओं के परीक्षण से स्पष्ट है कि जहाँ पर साबुन उद्योग ने सतत प्रगति की है, वही असगठित क्षेत्र इस उद्योग में प्रगति की अन्तिम पंक्ति रहा है। यह कहा जा सकता है कि इस उद्योग में असगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाईयों का भविष्य उज्जवल है।

सुझाव :

उद्यमिता मनुष्य की नैसर्गिक प्रवृत्ति है, उद्योग का प्रारम्भ मनुष्य के साथ ही हुआ जैसे-जैसे मनुष्य की बुद्धि का विकास हुआ उसी के अनुसार अपनी सभ्यता का विकास हुआ और उद्योग भी विकास के पथ पर चल पडे। उद्योग का असली विकास 18वीं शताब्दी से माना जाता है जब ब्रिटेन में औद्योगिक क्रान्ति हुई।

यदि हम अल्प विकसित अर्थव्यवस्था की विशेषताओं की ओर अपना ध्यान केन्द्रित करे तो यह स्पष्ट हो जाता है कि औद्योगिकरण से अल्पविकसित देश के विकास में बहुत बडा योगदान मिल सकता है विश्व की विकसित अर्थव्यवस्थाओं में औद्योगिकरण की गति बहुत ही तीव्र पायी जाती है। सामान्यतया कृषि की

तुलना में उद्योगों में प्रति व्यक्ति आय एवं उत्पादन अधिक होता है। आन्तरिक एव वाह्य बचतें आसानी से प्राप्त की जा सकती है। औद्योगिकरण से तकनीकी ज्ञान, बाजार क्षेत्र, आय आदि में वृद्धि की प्रवृत्ति पायी जाती है। जिसके फलस्वरूप अर्थव्यवस्था में विभिन्न क्षेत्रों में परिवर्तन होने लगता हैं और अर्थव्यवस्था विकसित हो जाती है।

आज प्रत्येक राष्ट्र अपने औद्योगिकरण की गति को तेज करना चाहता है, परन्तु अल्पविकसित राष्टों के औद्योगिकीकरण के मार्ग में कुछ बाधाए अवश्य क्रियाशील है परन्तु वर्तमान वैज्ञानिक एव तकनीकी प्रगति के युग में इन बाधाओं को हटाकर औद्योगिकरण को तीव्र करना होगा। अतः सगठित एव असगठित दोनों क्षेत्रों में औद्योगिकरण के संदर्भ में असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग के विकास के लिए कुछ महत्वपूर्ण संस्तुतियों को अमल में लाया जाय तो विकास अवश्य सभावी है। जो इस प्रकार है -

1 औद्योगिकरण को बढावा देने के लिए उद्यमी क्षमता का विकास करना चाहिए।

2. औद्योगिकरण के लिए पूँजी अति आवश्यक है, अतः पूँजी निर्माण को प्रोत्साहित करने के लिए बचत को बढावा दिया जाना चाहिए।

3. देश में खाद्य तेल एवं वसा की कमी को पूरा करने के लिए अखाद्य तेलो का उपयोग करना चाहिए जिससे साबुन उद्योग के लिए कच्चे माल की समस्या से निदान पाया जा सकता है।

4 प्रकृति प्रदत्त वस्तुओं को उपयोग में लाने के लिए आधुनिक तकनीक का इस्तेमाल करना चाहिए।

5 असगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत कुटीर एव ग्रामोद्योग को वित्तीय सहायता तथा उद्यमिता विकास हुतु प्रोत्साहित करना चाहिए जिससे राष्टीय एव अन्तराष्टीय स्तर पर अपनी पहचान बना सके।

6 असगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग की इकाईयों को साबुन एवं डिटर्जेन्ट का उत्पादन ठण्डी एवं अर्द्ध गर्म विधि का प्रयोग अधिक किया जाना चाहिए क्योंकि इसमें कम उपकरणों की आवश्यकता पड़ती है तथा उत्पादन लागत भी न्यूनतम हो जाती है।

7. साबुन उद्योग के विकास हेतु खाद्य तेल, घी, चर्बी का प्रयोग करने के बजाय अखाद्य तेलों के सग्रहण हेतु विशेष प्रयास किया जाना चाहिए।

8. असगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग में सलग्न औद्योगिक इकाईयों का पजीकरण अनिवार्य कर दिया जाना चाहिए पंजीकृत इकाईयों को सरकारी सहायकीं प्रदान की जानी चाहिए।

9 साबुन उद्योग के विकास एवं पार्यावरण की सुरक्षा हुतु ईधन के रूप में लकडी के स्थान पर एल0पी0जी0 गैस तथा विद्युत का प्रयोग किया जाना चाहिये जिससे पर्यावरण प्रदूषण से बचा जा सकता है।

10. साबुन उद्योग की इकाईयों को शासकीय एवं अशासकीय स्त्रोतों से सस्ती ब्याज दर पर ऋण सुलभ कराना चाहिए। इन इकाइयों को उत्पादन एवं विपणन हेतु आधुनिक तकनीकों का प्रयोग किया जाना चाहिए।

11 सरकार साबुन उद्योग को बढ़ावा देने के लिए उद्यमियों को समय-समय पर जिला उद्योग केन्द्रों, औद्योगिक सस्थानों, खादी ग्रामोद्योग बोर्ड के माध्यम से प्रशिक्षण प्रदान करना चाहिए। इकाईयों में नियोजित कर्मचारियों को कार्यस्थल पर प्रशिक्षण प्रदान करना चाहिए।

12 रूग्ण औद्योगिक इकाईयों को पुनर्निमाण हुतु वित्तीय सहायता उपलब्ध कराना चाहिए अविकसित रूग्ण इकाइयों को एक दूसरे के साथ विलय कर देना चाहिए।

13 जनपद इलाहाबाद की असगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयों को सडक मार्ग से जोडना चाहिए जिससे औद्योगिक इकाईयों की उत्पादन क्षमता तथा उत्पादित साबुन एव डिटर्जण्ट की विपणन प्रक्रिया को आसान किया जा सके।

14 सरकार द्वारा असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा उत्पादित साबुन एव डिटर्जेन्ट एक निश्चित भाग सरकारी कार्यालयों, अस्पतालों, रेलवे स्टेशनों, सार्वजनिक स्थानों पर प्रयोग हेतु क्रय किया जाना चाहिए जिससे उत्पाद के विपणन में सहायता मिल सके ।

15 खाद्य तेलों का उपयोग साबुन उद्योग में न्यूनतम करने के लिए देश में अखाद्य तेलों के उत्पादन हेतु ऐसे वृक्षों के लगाने को प्रोत्साहन तथा उनके फलों के संग्रहण हेतु प्रेरणा दी जानी चाहिए। जिनके फलों से प्राप्त अखाद्य तेलों का सम्पूर्ण उपयोग साबुन उद्योग में किया जाना चाहिए।

16 असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों की उत्पादन विधि पूर्णता परम्परागत श्रम आधारित है अतः आधुनिक नवीन तकनीक को अपनाने के लिए सरकार द्वारा प्रोत्साहन दिया जाना चाहिए।

17 साबुन के विपणन को बढाने के लिए आकर्षक पैकिग, रग, सुगध, डिजाइन तथा उच्च रसायनिक पदार्थो का प्रयोग किया जाना चाहिए।

18. विपणन प्रक्रिया को आसान करने एवं साबुन तथा डिटर्जेन्ट की बिक्री को बढाने के लिए दुकानदारों, ग्राहकों और उपभोक्ताओं को समय बद्ध आपूर्ति सुनिश्चित करना चाहिए।

19. वर्तमान व्यावसायिक जगत में वस्तु एव सेवा का मुल्य ही महत्वपूर्ण है। मूल्य ही की माँग को निर्धारित करने वाला एक महत्वपूर्ण कारक हैं मूल्य सस्था की प्रतियोगी स्थिति एवं बाजार अंश को प्रभावित करता है जिससे औद्योगिक इकाई का कुल आगम एवं शुद्ध लाभ प्रभवित होता है। अतः उत्पाद का मूल्य इस प्रकार निर्धारित किया जाना चाहिए । जो उच्च वर्गीय, मध्यम वर्गीय एव निम्न वर्गीय परिवारों को अधिक मँहगा लगे और न ही सस्ता जिससे साबुन एवं डिटर्जेन्ट को खरीद सके।

20. वर्तमान व्यावसायिक चकाचौध में विक्रय संवर्द्धन बिक्री को बढ़ाने, नये बाजारों को स्थापित करने, मौसमी कमी को दूर करने नवीन वस्तु की जानकारी देने, मध्यस्थों को अधिक विक्रय करने में सहायक होता है। अतः असगठित क्षेत्र की साबुन इकाईयों को आज के इस प्रतिस्पर्धात्मक बाजार में

विक्रय संवद्धन को अपनाना चाहिए क्योकि संगठित क्षेत्र की कम्पनियाँ विक्रय सवर्द्धन के किसी न किसी उपकरण का प्रयोग अवश्य कर रही है।

21 वर्तमान बदलते हुए सामाजिक रीति-रिवाज एवं फैशन में वास्तविकता यह है कि साबुन उत्पादों की बिक्री में विशेषतौर पर नहाने के साबुनों, शैम्पुओं, और डिटर्जेन्ट पाउडरों की बिक्री में, उनकी पैकिग ही सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निबाहता हैं अधिकतम सीमा तक दिलकश और नयनाभिराम रैपरों में लिपटी हुई साबुन की टिकिया ही ग्राहकों को आकृष्ट कर पाती है। साबुन को ग्राहक रैपर खोलकर ही देख तथा सूंघ सकता है तथा प्रयोग करने के बाद ही उसे साबुन के गुण-दोष और सीमाओं का पता चल पाता है। परन्तु जिस चीज को देखकर ग्राहक किसी साबुन को खरीदने का मन बनाता है। वह उस साबुन की पैकिग तथा सुगंध ही है। अत: आकर्षक एवं सौन्दर्य युक्त पैकिग की जानी चाहिए।

22 आधुनिक प्रतिस्पर्धात्मक युग में विज्ञापन एक अनिवार्यता है। बिना विज्ञापन का सहारा लिए कोई भी व्यवसायी सफलता की अपनी मजिल पर नहीं पहुँच सकता, साबुन, डिटर्जेन्ट और शैम्पू ऐसे उत्पाद हैं जिनका विपणन पूर्णतया विज्ञापन पर ही निर्भर करता है। अत: असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों को रेडियो, टी0वी0, विज्ञापन की महँगी पद्धति को छोड, पोस्टर, बैनर तथा पम्पलेट जैसी सस्ती विज्ञापन पद्धति को अपनाना चाहिए।

23 साबुन उद्योग क्षेत्र में सगठित एव असंगठित दोनों क्षेत्र उत्पादन में संलग्न है जिससे बाजार में उत्पाद के विपणन में अत्यधिक प्रतिस्पर्धा विद्यमान है ऐसी

स्थिति असंगठित क्षेत्र के निमार्ताओं को अपने उत्पाद के सम्बन्ध में बाजार सवेक्षेण कराते रहना चाहिए, क्योंकि संगठित क्षेत्र के निर्माता अपने उत्पाद के सम्बन्ध में समय-समय पर बाजार सर्वेक्षेण, उपभोक्ता सर्वेक्षेण कराते रहते है और उत्पाद के विक्रय में हुई गिरावट का पता लगाते रहते है।

शोधार्थी द्वारा किये गये इस सर्वेक्षण के विश्लेषण में जो एक तथ्य स्पष्ट हुआ, वह यह था कि अधिकांश उपभोक्ता स्नान के लिये एक ऐसा साबुन चाहते हैं जो त्वचा को कोई हानि न पहुचाये, जीवाणुनाशक क्षमता से युक्त, ताजगी प्रदायक और मनभावन सुगन्ध से भरपूर भी हो और साथ ही इतना महगा न हो कि वे उसे खरीद न सकें ।

साबुन एवं डिटर्जेण्ट का प्रयोग हमारे दैनिक जीवन के लिये तो महत्वपूर्ण है ही साथ ही इसका उपयोग टेक्सटाइल एव इंजीनियरिंग उद्योग में भी किया जाता है । निःसन्देह इसका अन्य क्षेत्रों की प्रगति में उल्लेखनीय योगदान है ।वर्तमान स्थिति को देखते हुए भविष्य में साबुन एवं डिटर्जेण्ट की खपत में बढ़ोत्तरी से इकार नही किया जा सकता, साबुन एव डिटर्जेण्ट उद्योग को बढावा देने के लिए सरकारी प्रयास में तेजी की आवश्यकता है ।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

सन्दर्भ ग्रन्थ

अग्रवाल कृष्ण कुमार	-	माडर्न सोप एण्ड सेाप पाउडर इण्डस्ट्रीज
	-	सिन्थेटिक डिटर्जेण्ट्स, क्लीनिंग पाउडर्स एवं एसिड स्लरी
उत्तर प्रदेश सरकार, राज्य नियोजन	-	वार्षिक उद्योग सर्वेक्षण वर्ष 1991-92
सस्थान, अर्थ एवं सख्या प्रभाग	-	उत्तर प्रदेश की आर्थिक समीक्षा वर्ष 1998-99
	-	सामाजार्थिक समीक्षा पत्रिका, साख्यिकीय जनपद इलाहाबाद ।
उत्तर प्रदेश, राजकीय मुद्रक एवं प्रकाशक	-	जिला गजेटियर, इलाहाबाद अक-1986
उद्योग मत्रालय लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग	-	लघु उद्योग क्षेत्र
उत्तर प्रदेश सरकार, उद्योग निदेशालय-कानपुर		उत्तर प्रदेश में औद्योगिक विकास प्रगति समीक्षा, वर्ष 1999-2000
एलहँस देवकीनन्दन, एलहॅस बीना, वैश्य एम0पी0	-	सांख्यिकी
कोटलर फिलिप, रोवर्टो, एडुअर्डो एल0	-	सोशल मार्केटिग न्यूयार्क, 1989
कुण्टज हैराल्ड, आडोनेल सिरिल	-	प्रबन्ध के मूल तत्व
खादी ग्रामोद्योग आयोग, मुम्बई	-	भारत में असंगठित क्षेत्र
खादी ग्रामोद्योग बोर्ड उ0प्र0 सरकार	-	विज्ञापन पत्र
खन्ना, जे0के0, बाउन्ट्रा आर0के0 खन्ना आर0के0,	-	भौतिक तथा कार्बनिक रसायन अंक-1990
गाधी विचार एव शान्ति अध्ययन सस्थान	-	विदेशी सामानों के देशी विकल्प
गुप्ता भोलानाथ	-	ग्रामोद्योग
घोष एन0एन0	-	ऐन, अर्ली हिस्ट्री ऑफ कौशाम्बी, अंक 1935

चर्तुवेदी अवधेश - लघु उद्योग निर्देशिका
चिसनाल आर0 एम0 - मार्केटिंग अ विहेविअरल एनालिसिस लन्दन 1985
जैन जे0के0 - व्यवसायिक प्रशासन एवं प्रबन्ध
डॉ0 कौशिक एस0डी0, शर्मा, अरूणेश कुमार - ससाधन भूगोल
डॉ0 त्रिपाठी, बी0बी0 - भारतीय अर्थव्यवस्था, नियोजन एव विकाम
डॉ0 जैन, एस.सी0 - विपणन प्रबन्ध
डॉ0 शर्मा तुलसीराम, डॉ0 जैन सुगन चन्द - बाजार व्यवस्था, 1994
डॉ0 शर्मा दिनेश चन्द्र, डॉ0 बैजल- विष्णु मोहन - विपणन प्रबन्ध, 1991
डॉ0 सिंह अमर, डॉ रजा मेहर्दी - संसाधन एवं सरक्षण भूगोल
डॉ0 श्रीवास्तव पी0के0 - विपणन अनुसंधान - 1982
डॉ0 मेहरोत्रा एच0सी0, डॉ0 गुप्ता बी0एस0 - व्यवसायिक सगठन एव प्रबन्ध
डॉ0 मिश्र, जयशकर - प्राचीन भारत का सामाजिक इतिहास प्रकाशक, बिहार हिन्दी अकादमी ग्रन्थ
त्रिपाठी आर0एस0, - हिस्ट्री ऑफ कन्नौज, अक 1959
दत्त रजनी पाम - आज का भारत - 1977
दत्त, रूद्र सुन्दर के0पी0एम0 - भारतीय अर्थव्यवस्था
पाण्डेय, बी0एन0 - इलाहाबाद रिट्रास्पक्ट एण्ड प्रास्पक्ट
महर्षि वाल्मीकी - रामायण
मिश्र जगदीश नारायण - भारतीय अर्थव्यवस्था - 2001
मिडलटन विक्टर टी0 सी0 - मार्केटिग इन ट्रैवेल एण्ड टूरिज्म आक्सफोड, 1993
मोर्स स्टीफेन - मैनेजमेन्ट स्किल इन मार्केटिंग बेर्कशि, 1982
राज्य नियुक्त मुद्रक एव प्रकाशक, उत्तर प्रदेश सरकार - विज्ञान भाग - 2 अंक-1989
राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और - विज्ञान भाग - 2

प्रशिक्षण परिषद - प्राचीन भारत, अक -1997

वित्त मत्रालय, भारत सरकार - आर्थिक समीक्षा, 1998-99, 1999-2000 2000-01, 2001-02

सिह काशीनाथ, सिंह जगदीश - आर्थिक भूगोल के तत्व

सूचना एव प्रसारण मंत्रालय, - भारत अक 1983

प्रकाशन विभाग, भारत सरकार - भारत अक, 2000

- भारत अंक, 2001

- भारत अक, 2002

समाचार पत्र एव पत्रिकायें - हिन्दुस्तान दैनिक

- अमर उजाला दैनिक

- राष्ट्रीय सहारा

- हिन्दुस्तान टाइम्स

- नवभारत टाइम्स

- इकनोमिक टाइम्स

- योजना मासिक पत्रिका

- प्रतियागिता दर्पण, मासिक पत्रिका

- इंडिया टूडे, मनोरमा इयर बुक, अंक 2000

डी0फिल0 उपाधि हेतु प्रस्तुत शोध ग्रन्थ

1 कमलेश कुमारी - उत्तर प्रदेश में भूमि उपयोग एवं उत्पादकता का अध्ययन

2. नीरज कुमार - उत्तर प्रदेश के औद्योगिक विकास में औद्योगिक सर्वेक्षण की भूमिका

3. पाण्डेय श्याम कृष्ण - क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको द्वारा निक्षेप एकत्रीकरण

BIBLIOGRAPHY

Banthia Jayant Kumar - Census of India 2001 Series - 1

Converse, Huegy and Mitchell - The Elements of Marketing

Crick W F - The Economics of Instalment Trading and Hire Purchase

Cundiff & Still - Basic Marketing

Dantwala - Marketing of Raw Cotton

Davor, R S - Modern Marketing Management

Duddy and Revzan - Marketing

Delens A.H R - Principles of Market Research

Govil K L. - Marketing in India

Joshi R L In India - Kitab Mahal Allahabad - 1984

Kotler Philip - Marketing Management, Analysis Planning Implementation and control, Seventh Edition Delhi - 1994

- Marketing for Non profit orgnation New york, 1975

Lazo & Corbin - Management in Marketing

MC carthy - Basic Marketing

Marshall - Trade Industry and Commerce

Monon & Rath - Marketing and Distribution

Mamoria C.B and - Principles and Practice of Marketing

Malviya A K	-	Management of Export Marketing in India
	-	Chugh Publications, Allahabad - 1990
Ministry of Industry Government of India	-	Scale Sector - Today
Natu W R	-	Regulation of Forward Markets
Parasuram K S	-	Soaps and Detergents - Published by Tata MC Graw Hill Co. Ltd
Phillips and Duncan	-	Marketing Principles and Methods
Pyle	-	Marketing Principles
Richard Buskrik	-	Principles of Marketing
Sharma V P	-	Indian Detergents Industry (A Stuts reprot soap and detergents Review 1991) Bombay Wadhera Pold
Tousley, Clark and Clark	-	Principles Marketing
William J Stanton	-	Fundamental of Marketing
Journals	-	Commerce
	-	Economic & Political weekly
	-	The Indian Journal of Commerce
	-	The Indian Journal of Labour economics
Annual Reports of Government of India	-	Administration Report, Directorate of Marketing
	-	U P Warehousing Corporation
	-	Report of the Forward Markets Review Committee, 1966
	-	Report of the National Planning Committee on Rural Marketing & Finance, 1948

परिशिष्ट

परिशिष्ट-1

प्रश्नावली एवं अनुसूची

प्रश्नावली - (i)

उपभोक्ता के सम्बन्ध में साबुन एव डिटरजैण्ट का विपणन अध्ययन

1 नाम

2 पता

3 शहर

4 उपभोक्ता आय वर्ग -

(1) चालीस हजार रूपये से एक लाख रूपये तक वार्षिक आय

(11) 50000 रू0 से दो लाख तक वार्षिक आय

(111) 200000 रू0 से अधिक वार्षिक आय

5 परिवार के सदस्यों की सख्या -बच्चे ☐ महिला ☐ पुरुष ☐

6 परिवार के मुखिया का व्यवसाय

7 क्या आप आपने परिवार के वस्त्र घर पर ही धोते है ?

(1) हॉ सभी वस्त्र घर पर ही धोते है

(11) हॉ कुछ वस्त्र घर पर धोते है .

(111) नहीं घर पर वस्त्र नहीं धोते है

8 यदि आप सभी वस्त्र घर पर धोते है तो आप किस उत्पादक का साबुन प्रयोग करते है ?

	साबुन	डिटर्जेन्ट
असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित	.	. .
सगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित		.

9 यदि आप कुछ वस्त्र ही घर पर धोते है तो आप विभिन्न उत्पादकों के किस प्रकार के साबुन का प्रयोग करते है ?

	साबुन बिट्टी	डिटर्जेन्ट	लिक्विड तरल
असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित	.	. ...	. . .
सगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित		. . ..	. . . .

10 जब आप अपने वस्त्र घर पर नहीं धोते है अर्थत धोबी से धुलाते है तो किस प्रकार के साबुन एव डिटर्जेण्ट प्रयोग की सलाह देते है ?

(1) असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित सस्ते साबुन एव डिटर्जेन्ट

(1i) सगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित महगें साबुन एव डिटर्जेन्ट

11 जब आप अपने वस्त्र घर पर मशीन द्वारा धोते हैं तो किस उत्पादक के साबुन का प्रयोग करते है ?

(1) असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित डिटर्जेन्ट एव वाशिग पावडर

(ii) सगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित डिटर्जेन्ट, वाशिग पावडर, एव तरल लिक्विड साबुन

12 आप वस्त्र को कैसे धोते है ?

(i) हाथ से

(ii) शक्ति चालित मशीन से

(iii) अन्य प्रकार की मशीन से

13 आप स्नान में किस प्रकार के साबुन का प्रयोग करते है ?

(i) अधिक मूल्य वाले

(ii) अच्छी गुणवत्ता एव सुगन्ध वाले

(iii) सस्ते मूल्य वाले

(iv) असगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन

(v) सगठित क्षेत्र की विशिट कम्पनी का

14 आप स्नान का साबुन खरीदते समय सबसे अधिक किस बात का ध्यान रखते है ?

(i) कीमत

(ii) सुगन्ध

(iii) झाग

(iv) सगठित क्षेत्र की विशिट कम्पनी

(v) सफाई

(vi) अन्य

15 आप वस्त्र धोने का साबुन एव डिटर्जेण्ट खरीदते समय किस बात का ध्यान रखते है?

(i) कीमत

(ii) सफाई

(iii) प्रयोग करने में आसानी

(iv) साबुन का भार, वजन

(v) विशिट कम्पनी की साख

16 आप स्नान एव वस्त्र धोने का साबुन खरीदते समय निम्न में से सबसे अधिक किससे प्रभावित होते है ?

(i) मूल्य

(ii) सुगन्ध, रग एव बनावट

(iii) गुणवत्ता

(iv) विज्ञापन से प्रभावित होकर

(v) विक्रेता की सलाह

(vi) परिवार के सदस्यों एवं मित्रों की सलाह

(vii) पैकिग

(viii) निर्माता के नाम का प्रदर्शन द्वारा

17 आप बाल धुलने के के लिए किस प्रकार के साबुन का प्रयोग करते है ?

(i) साबुन की टिकिया

(ii) डिटर्जेण्ट पाउडर

(iii) तरल लिक्विड साबुन

(iv) शैम्पू

18 आप बाल धुलने के लिए साबुन को खरीदने के सम्बन्ध में किन-किन तथ्यों को विशेष महत्व देते है ?

(i) कीमत

(ii) सुगन्ध, रग एव बनावट

(iii) गुणवत्ता

(iv) बालों को मुलायम एव सुगन्धित रखने वाला

(v) विक्रेता या मित्रों की सलाह पर

19 जब आप विक्रेता दुकान में प्रवेश करते है तो आपसे विक्रेता निम्न प्रश्न पूछता है ।?

क्रम सख्या	सदर्भ	अधिकता	कभी-कभी	कभी-नहीं
1	कौन सा सामान चाहिए			
2	कौन सा साबुन चाहिए			
3	कितने मूल्य तक का साबुन चाहिए			
4	किस कम्पनी का साबुन चाहिए			
5	किस प्रकार का साबुन चाहिए			
	(i) कपडा धोने का			
	(ii) स्नान का			
	(iii) बाल धोने			

20 किस प्रकार का कौन सा साबुन आप विज्ञापन से प्रभावित होकर खरीदते है ?

(i) नहाने का साबुन

(क) लाइफबॉय साबुन

(ख) लक्स साबुन

(ग) डिटॉल साबुन

(घ) पारदर्शी पियर्स साबुन

(ड) औषधि युकत नीम, मार्गो साबुन

(च) सफेद साबुन

(ii) कपडा धोने का साबुन

(क) डिटर्जेन्ट पाउडर

(ख) सर्फ एरियल

(ग) निरमा डिटर्जेन्ट, घडी डिटर्जेन्ट

(घ) रिन साबुन

(ड) सिन्थेटिक डिटर्जेन्ट पाउडर

(च) लाण्ड्री सोप

(111) बाल धोने का साबुन एव शैम्पू

(क) मेघदूत सत रीठा शैम्पू

(ख) क्लीनिक प्लस शैम्पू

(ग) लक्स शैम्पू

(घ) नाइल शैम्पू

(1V) दाड़ी बनाने का साबुन

(क) सेविग क्रीम

(ख) पेस्ट साबुन

(ग) बट्टी साबुन

(घ) बाल साफा साबुन

(v) अन्य कोई साबुन, डिटर्जेन्ट एवं शैम्पू का उपयोग करते हो?

21 आप साबुन विपणन के सम्बन्ध में किन तत्वों को सम्मिलित करना उचित समझते है। अपना सुझाव प्रस्तुत करे ।

(1) साबुन डिटर्जेन्ट, एव शैम्पू का मूल्य

(11) साबुन की टिकिया का भार

(111) डिटर्जेन्ट पाउडर की पैकेट का वजन

(1V) गुणवत्ता

(v) रग तथा सुगन्ध

(v1) साबुन डिटर्जेन्ट एव शैम्पू की पैकिग के सम्बन्ध में

परिशिष्ट -2

प्रश्नावली - (2)

इलाहाबाद जनपद के असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विपणन सम्बन्धी समस्यायें उत्पादक इकाईयों के सम्बन्ध में अध्ययन -

भाग (अ) सामान्य

सेम्पल न0 -

1 इकाई का नाम एव पता

2 (क) जिला उद्योग केन्द्र द्वारा पजीयन हॉ/नहीं

(ख) यदि हॉ तो पजीयन का दिनाक

3 स्थापना का वर्ष

4 इकाई के प्रकार .-

(क) केवल उत्पादन

(1) पूर्ण उत्पाद का उत्पादन

(2) आंशिक उत्पाद का उत्पादन

(ख) उत्पादन कर्त्ता एव मध्यस्थ

(ग) उत्पादन कर्त्ता एव विक्रेता

(ध) मात्रा विक्रेता

5 सगठन का आकार :- (1) एकाकी व्यापार

(2) साझेदारी . . . साझेदारों की सख्या □

6 इकाई का कार्यकाल -

(क) (1) वर्ष भार (2) विशेष समय में

(3) कभी-कभी (4) अन्य

(ख) यदि विशेष महीनों में तो कुल कितने महीने कार्य होता है ।

7 विनियोजित पूँजी की मात्रा रूपये में -

(1) स्थायी पूँजी -

(क) भवन . . . .

(ख) मशीन एव औजार . . . .

(ग) अन्य . . . .

(2) कुल चालू एव कार्यशील पूँजी - .

कुल जोड ____________

____

8 पूँजी के स्रोत :-

क्रम सख्या	स्रोत	कुल रकम	रकम का भुगतान	
			रकम	व्याज
1	स्वय की पूँजी			
2	महाजन से उधार			
3	बैक से ऋण			
4	उत्तर प्रदेश राज्य वित्त निगम से ऋण			
5.	अन्य स्रोत			

9 क्या ?

(1) मशीनों का प्रयोग किया जाता है हॉ/नही

(11) मशीनों का प्रयोग नहीं किया जाता है हॉ/नही

10 औजार के प्रकार -

क्रम सख्या	औजार	लागत रूपये में
1	मशीन	
2	साबुन उत्पादन में प्रयुक्त औजार	
3	साबुन की टिकिया बनाने के लिए प्रयोग किये जाने वाले औजार	
4	पैकिग हेतु प्रयोग की जाने वाली मशीन	

11 निर्माता इकाई द्वारा निर्मित साबुनों के प्रकार :-

क्रम सख्या	उत्पाद	एक दिन में निर्मित मात्रा /लागत	पिछले माह में उत्पाद की मात्रा /लागत	वर्ष 2000 में उत्पाद की मात्रा/ लागत	वर्ष 2001 में उत्पाद की मात्रा/लागत
1	साबुन - (क) नहाने का (ख) कपड़ा धोने का				
2	डिटर्जेन्ट पाउडर				
3	वाशिग पाउडर				
4	बाल साफ करने का साबुन				

भाग (ब) उत्पाद नियोजन एव नीति

12 कच्चा माल एव अन्य वस्तुऍ जो काम में आती है :-

क्रम सख्या		पिछले माह मात्रा/ लागत	1999 मात्रा/ लागत	2000 मात्रा/ लागत	2001 मात्रा/ लागत	2002 मात्रा/ लागत
अ 1	वसीय पदार्थ					
2	क्षार					
3	शुद्ध साफ पानी					
4	सरक्षक पदार्थ					
5	विशिष्ट गुण पैदा करने वाले पदार्थ					
6	साबुन को सस्ता बनाने वाले पदार्थ					
7	साबुन के रग					
8	सुगन्धियाँ और सुगन्ध मिश्रण					
	कुल					
(ब)	ईधन के रूप - (1) कोयला (11) लकडी (111) बिजली (1V) तेल एव गैस					
	कुल					
(स)	अन्य कोई वस्तु जो उत्पाद में काम आती					
(द)	पैकिग में काम आने वाले रैपर					
(ई)	विज्ञापन के काम आने वाले सामान					

13 कच्चा माल जो साबुन उत्पाद में प्रयोग किया जाता है कहॉ से खरीदते है ?

	नकद	उधार	कुल
(1) जिला उद्योग केन्द्र (2) खुले बाजार मे (3) अन्य स्रोत			

14 उत्पाद का नियोजन किस प्रकार किया जाता है ?

15 क्या समान्य उत्पाद एक निश्चित प्रमाप रखते है ?

16 क्या उत्पादों को उनकी किस्मों के आधार पर प्रमापित करते है? -- हॉ/नहीं

(1) यदि हाँ तो कितने प्रमापों में - एक/दो/तीन/अधिक

(11) इनकी कुल उत्पादन लागत में कितना अन्तर आता है?

17 क्या आप नये रोजगार की तलाश में है? -- हॉ/नही

(1) यदि हाँ तो क्यों ?

(11) यदि नहीं तो क्यों ?

भाग (स) मूल्य

18 विक्रय मूल्य (रूपये में) प्रति टिकिया/प्रति किलोग्राम

क्रम सख्या	उत्पाद	1999	2000	2001	2002
1	साबुन - (1) नहाने का				
	(11) कपडा धोने का				
2	डिटर्जेन्ट पाउडर				
3	वाशिग पाउडर				
4	लाण्ड्री सोप				

19 आप मूल्य का निर्धारण करते है ?

1 स्वय के द्वारा

2 मध्यस्थों के द्वारा

3 वार्तालाप करके

4 अन्य प्रकार से

20 लागत एव लाभ का निर्धारण केसे करते है ?

1 लागत

2 उत्पादक का लाभ

3 मध्यस्थ का लाभ

4 विक्रेता का लाभ

5 मूल्य

21 उत्पाद का विपणन करने के लिए आप क्या-व्यापार समझौते करते है ?

1. पूर्व आज्ञा से

2. पूर्व धन लेकर

3. मध्यस्थ द्वारा रकम लेकर

4 मध्यस्थ के द्वारा कच्चा माल प्राप्त कर

5 अन्य

22 क्या आप अपने उत्पाद को उचित मूल्य पर विक्रय कर पाते है ?

1 हॉ

2 यदि नहीं तो क्यों ?

23 फुटकर विक्रेता द्वारा बेचे गये उत्पाद का मूल्य प्रति टिकिया प्रति किलोग्राम

क्रम सख्या	उत्पाद	1999	2000	2001	2002
1	साबुन - (1) नहाने का (11) कपडा धोने का				
2	डिटर्जेन्ट पाउडर				
3	शैम्पू प्रति पैकेट				
4	लाण्ड्री सोप				
5	अन्य				

भाग (द) विपणन नीति

24 उत्पाद का विवणन

क्रम सख्या	कुल उत्पादन मात्रा	उत्पाद विक्रय		उधार विपणन	औसत साप्ताहिक विपणन
		उपभोक्ता मूल्य	मध्यास्य मूल्य	राशि	रकम प्राप्ति
1					
2					
3					

25 उद्योग विकास एव सुधार की सभावना प्रतियोगी वस्तुओं के साथ

उद्योग का उत्पाद			प्रतियोगी वस्तुए				
क्रम सख्या	उत्पादन का नाम	मात्रा	सभावित प्रति इकाई लागत	विवरण	बनावट	मूल्य प्रति इकाई	प्रतियोगिता के घटक योगिक
1	2	3	4	5	6	7	8
1	साबुन की टिकिया (1) नहाने की (11) कपडा धोने की						
2	डिटरर्जेण्ट पाउडर						
3	वाशिग पाउडर						
4	शैम्पू						
5	अन्य						

26 आप अपना उत्पाद कैसे बेचते है ?

1 सीधे फुटकर विक्रेता

2 थोक विक्रेता, फुटकर विक्रेता तथा मध्यस्थों के द्वारा

3 केवल मध्यस्यो द्वारा

4 सीधे उपभोक्ता को

5 अन्य

27 क्या आप विक्रय सवेर्द्धन का कोई उपाय अपनाते है ? हॉ/नहीं

1 यदि हॉ तो किस प्रकार का सवर्द्धन

2 विक्रय सवर्द्धन पर वार्षिक व्यय

28 आपको अपने उत्पाद का विपणन करने में किस प्रकार की समस्या का सामना करना पडता है ?

1 उपभोक्ताओं के आकर्षण सम्बन्धी

2 मध्यस्यो के व्यवहार सम्बन्धी

3 सरकार नीति सम्बन्धी

4 सगठित क्षेत्र के उत्पाद से प्रतिस्पर्धा सम्बन्धी

29 क्या आपको उत्पाद विपणन में कोइ शासकीय सहायता प्रदान की जाती है ? हॉं/नहीं

30 आप उत्पाद के विपणन वृद्धि हेतु विज्ञापन माध्यमों में किसका प्रयोग करते है ?

1 टी0 बी0 / टेलीविजन

2 रेडियो

3 समाचार पत्र एव प्रत्रिकाओं

4 दीवाल पेन्टिग एव होल्डिग का

5 विज्ञापन बैनर एव पम्पुलेटो का वितरण

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
1984–85					
1	23	मेसर्स गुप्ता डिटर्जेण्ट सोप इण्डस्ट्रीज, 161 बी, ओल्ड बैरहना, इलाहाबाद	3 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
2	34	मेसर्स चमन सोप फैक्ट्री, 822 तुलसीपुर, इलाहाबाद	2 लाख किग्रा	शहरी	वांशिग सोप
3	152	मेसर्स सुपर मिलन फेडरेशन (एस0एम0एफ0ए0ई0) 128/1, करैली, इलाहाबाद ।	4 55 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
4	202	मेसर्स मिलन सोप वर्क्स, नेवढिया उपरहार, शकरगढ, इलाहाबाद	30000 किग्रा	ग्रामीण	वाशिंग सोप
5	226	मेसर्स प्रकाश सोप वर्क्स, 114 शाहगंज, इलाहाबाद	24000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
6	231	मेसर्स शलीम सोप वर्क्स, जमीलाबाद, फूलपुर, इलाहाबाद	48000 किग्रा	ग्रामीण	वाशिग सोप
1985–86					
7	3	मेसर्स शहाना सोप वर्क्स, 444 दरियाबाद, इलाहाबाद	30000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक

परिशिष्ट-3

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
8	17	मेसर्स सैनिक केमिकल्स, 822 ए, तुलसीपुर, इलाहाबाद	22 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
9	21	मेसर्स एम0आर0 केमिकल्स इएडस्ट्रीज, 591 सी, दरियाबाद, इलाहाबाद	32 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
10	49	मे0एम0के0 लघुउद्योग 231 अतरसुइया मजवत बाडा मीरापुर, इलाहाबाद	60000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
11	61	मेसर्स एम0ए0 लघु उद्योग 210 अटाला, इलाहाबाद	4 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
12	79	मेसर्स नीला इण्डस्ट्रीज 157, ऊँचामण्डी, इलाहाबाद	15 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
13	88	मेसर्स अर्चना केमिल्सि 2/4/ए रामानन्द नगर, अल्लापुर, इलाहाबाद	10 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
14	100	मेसर्स बसल सोप वर्क्स, 399 बादशाही मडी, इलाहाबाद	60000 किग्रा	शहरी	वाशिग सोप एण्ड केक

परिशिष्ट–3

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
15	131	मेसर्स लकसर सोप वर्क्स 10ए, बाई का बाग, इलाहाबाद	84000 किग्रा	शहरी	वाशिग सोप
1986–87					
16	26	मेसर्स गोल्डेन केमिकल्स 36ए, दरभगा कालोनी, इलाहाबाद	1 04 लाख किग्रा	शहरी	हेयर शैम्पू
17	43	मेसर्स केशरवानी सोप वर्क्स, छाता रोड, सिराथू, कौशाम्बी	50000 किग्रा	सिराथू	वाशिग सोप
18	44	मेसर्स केशरवानी केमिकल्स वर्क्स, सराय अंकिल, इलाहाबाद	27 लाख किग्रा	नेवादा	वाशिग सोप
19	53	मेसर्स एस0कुमार एण्ड वर्क्स, 35 स्वामी विवेकानन्द मार्ग, इलाहाबाद	24000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
1987–88					
20	45	मेसर्स सिवरा इन्टरनेशनल, 24 स्ट्रेची रोड, सिविल लाइन, इलाहाबाद	3.60 लाख किग्रा	शहरी	वाशिग सोप
21	65	मेसर्स श्याम केमिकल वर्क्स, ग्रा0–धन केशरा, पो0–आसपुर देवसरा, इलाहाबाद	0 72 लाख किग्रा	ग्रामीण	वाशिग सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
22	70	मेसर्स बीना सोप वर्क्स, 31 धूमपगज, जी0टी0रोड, इलाहाबाद	9.25 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
23	81	मेसर्स स्वासतिक सोप उद्योग ग्रा0-डेखावली पो0-पनावा, इलाहाबाद	0.60 लाख किग्रा	ग्रामीण	वांशिंग सोप
24	89	मेसर्स एन0ए0 लघु उद्योग, सी-677, करैली, इलाहाबाद ।	0.63 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
25	199	मेसर्स जेड0ए0 ब्रदर्स, 21, स्टेनली रोड, नेवादा, इलाहाबाद ।	0.56 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
26	216	मेसर्स करैली केमिकल्स वर्क्स, बी-287/9, करैली स्कीम जी0टी0बी नगर, इलाहाबाद	1.20 लाख किग्रा	शहरी	लाण्ड्री सोप
27	254	मेसर्स ए0ए0 ब्रदर्स एण्ड लघु उद्योग 326, दरियाबाद, इलाहाबाद	0.24 लाख किग्रा	शहरी	वांशिग सोप
28	316	मेसर्स बब्लू वांशिग सोप इण्डस्ट्रीज, कर्बला अरैल, इलाहाबाद	1.20	शहरी	वाशिग सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
29	322	मेसर्स एम0के0 लघु उद्योग 158, दारागज, इलाहाबाद	1.00	शहरी	वाशिग सोप
30	323	मेसर्स एस0के0 एण्ड ब्रदर्स, 182, ऊँचामंडी, इलाहाबाद	0 60	शहरी	वाशिग सोप
31	346	मेसर्स नूर अहमद एण्ड ब्रदर्स, 70, रसूलपुर, इलाहाबाद	0.60	शहरी	वांशिग सोप
1988-89					
32	16	मेसर्स बाबा वाशिग पाउडर केमिकल्स वर्क्स, 24/47/58ई, किदवई नगर, अल्लापुर, इलाहाबाद	4.8 लाख किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप
33	26	मेसर्स सन वाशिग सोप इण्डस्ट्रीज, 236 बक्सी बाँध, अल्लापुर, इलाहाबाद	50000 किग्रा	शहरी	वाशिग सोप
34	198	मेसर्स सरोज सोप वर्क्स 90, बाई का बाग, कीडगंज, इलाहाबाद	1.20 लाख किग्रा	शहरी	वाशिग सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
1989–90					
35	28	मेसर्स त्रिवेणी इण्टरप्राइजेज, 47बी/7, दारागंज कटोही सार्क, इलाहाबाद	2 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक डिटर्जेण्ट पाउडर वाशिंग पाउडर
36	69	मेसर्स उजियाला वाशिंग सोप इण्डस्ट्रीज वृदावन सराय ममरेज प्रतापपुर, इलाहाबाद	36000 किग्रा	ग्रामीण	वांशिंग सोप
37	72	मेसर्स वबीना सोप वर्क्स 28 बी0के0एल0कीडगंज, इलाहाबाद ।	24000 किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
38	301	मेसर्स गिफ्ट डिटर्जेण्ट सोप इण्डस्ट्रीज, 97 मलाकराज, रामबाग, इलाहाबाद	40000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट सोप
39	308	मेसर्स राज केमिकल्स वर्क्स 329 बक्सी बाजार (बाँध) इलाहाबाद	20000 किग्रा	शहरी	सोप
40	312	मेसर्स ज्ञान सोप वर्क्स 18ए,बेली रोड, न्यू कटरा, इलाहाबाद	28000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक एण्ड पाउडर

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
41	372	मेसर्स राज वाशिग पाउडर इण्डस्ट्रीज, 238 बहादुरगज (लोहिया पाण्डेय का हाता) इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	पाशिंग पाउडर
42	396	मेसर्स धारा डिटर्जेण्ट 949, बमरौली उपरहार, इलाहाबाद	48000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
43	403	मेसर्स त्रिवेणी डिटर्जेण्ट 46/90, म्योराबाद, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट पाउडर
1990-91					
44	168	मेसर्स श्याम केमिकल्स वर्क्स टोला शाहगंज, होलागढ़, इलाहाबाद	150000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेण्ट केक
45	273	मसर्स शक्ति डिटर्जेण्ट केक 165/1ए, मलाकराज, रामबाग, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
46	304	मेसर्स सुप्रीम अल्फा सोप इण्डस्ट्रीज 63के0/5, शिवकुटी, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग पाउडर एण्ड केकस्
47	488	मेसर्स सहारा लघु उद्योग 152बी/13ए, वसीहाबाद (मस्जिद के पास) इला0	40000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
1991-92					
48	216	मेसर्स सगम केमिकल्स वर्क्स ग्रा0-बुन्दिहार पो0-निवरहिया, इलाहाबाद	180000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेण्ट पाउडर
49	289	मेसर्स पीयूष केमिकल्स ग्राम व पोस्ट-सिरसा, इलाहाबाद	450000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेण्ट पाउडर एव वांशिंग सोप
50	305	मेसर्स ममता वांशिंग पाउडर इण्डस्ट्रीज बी0329/7, जी0टी0नगर, करैली, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
51	364	मेसर्स कल्पना वाशिंग पाउडर, जगदीशपुर, थरवई, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	सोंराव	वाशिंग पाउडर
52	421	मेसर्स किशन सोप वर्क्स ए-344, टी0बी0नगर, इलाहाबाद	600000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट सोप
1992-93					
53	28	मेसर्स गणेश सुपर सोप इण्डस्ट्रीज ग्राम व पोस्ट - लोटरमल, इलाहाबाद	150000 कि0ग्रा0	मेजा	डिटर्जेण्ट सोप
54	56	मेसर्स कृष्णा वांशिंग पाउडर, मेजारोड, इलाहाबाद	100000 कि0ग्रा0	मेजा	डिटर्जेण्ट सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
55	69	मेसर्स आर0के0 इण्डस्ट्रीज, 21ए, एग्रीकल्चर इन्स्टीयूट, इलाहाबाद	150000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट सोप एव पाउडर
56	178	मेसर्स चन्द्रमा वाशिग पाउडर, कौड़िहार, अटरामपुर, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	कोडिहार	वांशिग पाउडर
57	198	मेसर्स विकलामा ज्योति वांशिग पाउडर, आई0टी0आई0, स्टेट बैंक काम्पलेक्स, नैनी, इलाहाबाद	25000 कि0ग्रा0	शहरी	वांशिंग पाउडर
58	219	मेसर्स इण्डियन सोप इण्डस्ट्रीज 54 राधा कृष्ण मार्केट, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	क्लीनिंग पाउडर (वीमेक्स)
59	299	मेसर्स करिश्मा वांशिंग पाउडर देवरी नीवी, नैनी, इलाहाबाद	810000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
60	413	मेसर्स श्री दुर्गा डिटर्जेण्ट वर्क्स, 3एच/2सी/11, शिवकुटी, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग पाउडर
1993-94					
61	43	मेसर्स हिन्दुस्तान वांशिग प्रोडक्ट्स 365, न्यू ममफोर्डगज, इलाहाबाद	40000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग पाउडर

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
62	160	मेसर्स क्रिस्टल धनदान केमिकल्स वर्क्स एण्ड लैबोट्रीज राम प्रिया रोड, इलाहाबाद	205000 कि0ग्रा0	शहरी	वांशिंग पाउडर क्लीनिग पाउडर टूथ पाउडर
63	198	मेसर्स बंसल सोप निर्माता 629 बाघम्बरी गद्दी, अल्लापुर, इलाहाबाद	300000 कि0ग्रा0	शहरी	वांशिंग सोप डिटर्जेण्ट केक डिटर्जेण्ट पाउडर
64	252	मेसर्स बुलन्द सोप वर्क्स 92/2के0, करैली, इलाहाबाद	60000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
1994–95					
65	22	मेसर्स श्रीवास्तव सोप इण्डस्ट्रीज 23/47/137, किदवई नगर, अल्लापुर, इलाहाबाद	25000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट सोप
1995–96					
66	24	मेसर्स गुप्ता केमिकल्स वर्क्स 18, कटघर महाबीरन गली,मुठ्ठीगंज, इला0	140000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट पाउडर डिटर्जेण्ट केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
67	31	मेसर्स दिनेश केमिकल्स वर्क्स, 81, मोहत्सिमगज, इलाहाबाद	144000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट सोप
68	96	मेसर्स बाबा सोप वर्क्स ट्रान्सपोर्ट नगर, मुडेरा, इलाहाबाद	25000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग पाउडर
69	133	मेसर्स सहाल सोप इण्डस्ट्रीज 444 दरियाबाद, इलाहाबाद	200000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट टिकिया, डिटर्जेण्ट पाउडर, डिटर्जेण्ट सोप
	1996–97				
70	9	मेसर्स प्रकाश केमिकल्स इण्डस्ट्रीज 176/82बी, रसूलाबाद, तेलियरगज, इलाहाबाद	80000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग सोप तथा बांथ
71	22	मेसर्स अल्फा केमिकल्स इण्डस्ट्रीज 429/735 सुल्तानपुर, आवा, इलाहाबाद	--	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
72	26	मेसर्स हेमसन डिटर्जेण्ट 385/441 बहादुरगज, इलाहाबाद	505000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
73	86	मेसर्स रमा प्रोडक्टस 33, कटाक कनला नैनी, इलाहाबाद	300000 कि0ग्रा0	शहरी	नील, रंग विम, पाउडर वाशिग पाउडर डिटर्जेण्ट
74	102	मेसर्स रमा वाशिग प्रोडक्ट 384 चक रघुनाथ नैनी, इलाहाबाद	140000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग पाउडर
75	145	मेसर्स अमृती निर्माण 1056 बलुआ घाट इलाहाबाद	200000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक वाशिग पाउडर
76	159	मेसर्स कृष्णा केमिकल्स वर्क्स 813 अलोपीबाग पंजाबी कालोनी, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट पाउडर
1997-98					
77	47	मेसर्स हिन्दुस्तानी वाशिग पाउडर ग्रा0-गोडगवा पो-भरतगंज, इलाहाबाद	25000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	वाशिग पाउडर
78	66	मेसर्स श्री जोगी इण्डस्ट्रीज ए-1062/3 गोरवी नगर करैली, इलाहाबाद	60000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटजर्ण्ट सोप डिटर्जेण्ट पाउडर
79	79	मेसर्स सुमन सोप वर्क्स 187 मोहत्सिमगंज, इलाहाबाद	20000 कि0ग्रा0	शहरी	साबुन उद्योग

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
80	95	मेसर्स राधिका गृह उद्योग 28बी/92एच नई बस्ती नेताजी मार्ग, अल्लापुर, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	आवला पाउडर सीकाकाई पाउडर रीठा त्रिफला चूर्ण
81	155	मेसर्स शकील साबुन उद्योग 3 चक बहादुरगंज, इलाहाबाद	--	शहरी	साबुन निर्माण उद्योग
1998-99					
82	21	मेसर्स सब्बास प्रोडक्टस 528, बहादुरगज, इलाहाबाद	40000 कि0ग्रा0	शहरी	वांशिंग सोप
83	25	मेसर्स सुपर मैहर वांशिग पाउडर सुल्तानपुर, खास, मऊआइमा, इलाहाबाद	60000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	वांशिंग पाउडर
84	49	मेसर्स विशाल काटेज इण्डस्ट्रीज औरा बरौत, इलाहाबाद	78000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेण्ट पाउडर
85	74	मेसर्स सूरज केमिकल्स वर्क्स	50000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग पाउडर
86	116	मेसर्स आनम केमिकल्स 549 अटाला, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट सोप एव वाशिग पाउडर

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
87	123	मेसर्स मोनी केमिकल्स वर्क्स ग्राम व पोस्ट - भोपतपुर, इलाहाबाद	--	ग्रामीण	डिटर्जेण्ट केक वाशिग पाउडर
88	128	मेसर्स हिन्दुस्तान सोप वर्क्स 690 दरियाबाद, इलाहाबाद	20000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	वाशिंग पाउडर डिटर्जेण्ट केक
1999-00					
89	28	मेसर्स केशरी गृह उद्योग 380/261 लखपत राय लेन बहादुरगंज, इलाहाबाद	9000 कि0ग्रा0	शहरी	बर्तन वाशिग सोप वाशिग पाउडर
90	52	मेसर्स संगम विघएम्सल पावल ग्रा0-मकदूमपुर पो0- दिवानगंज, इलाहाबाद	200000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	वांशिंग पाउडर
2000-01					
91	36	मेसर्स मलिक डिटरजेन्ट ग्राम व पोस्ट-बहरिया, इलाहाबाद	20000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटजेण्ट पाउडर
92	44	मेसर्स राघल वांशिंग सोप 95/एफ/12 चकिया इलाहाबाद	15000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
93	52	मेसर्म चॉदनी डिटर्जेण्ट वर्क्स भगवतीपुर, धोबहा, इलाहाबाद	10000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	सोप
94	53	मेसर्स विकल्प इण्डस्ट्रीज 350/124 बेनीगंज, इलाहाबाद	70000 कि0ग्रा0	शहरी	हर्बल शैम्पू
95	64	मेसर्स सुम्रुत हर्बल्स 16, एम0जी0मार्ग सिविल लाइन्स इलाहाबाद	966000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	शैम्पू, क्रीम, हेयर ऑयल
96	66	मेसर्स पूजा लघु उद्योग 543 अटाला, इलाहाबाद	25000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
97	99	मेसर्स मैक्निल कास्मेटिक बेल फेयर सोसाइटी, केवटाल, झूंसी, इलाहाबाद	120000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	लाण्ड्री सोप, टायलेट सोप
98	129	मेसर्स रिन्स केमिकल्स वर्क्स कनिहार, चमनगज, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेण्ट केक व पाउडर
99	131	मेसर्स हिन्दुस्तान केमिकल्स इण्डस्ट्रीज ए-344जी0टी0बी0नगर करैली इलाहाबाद	250000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक, पाउडर व वाशिग सोप
100	134	मेसर्स कीर्ति केमिकल्स वर्क्स ग्राम/पोस्ट - दादूपुर, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेण्ट पाउडर व केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
2001-02					
101	3	मेसर्स प्रिया लघु उद्योग 549, अटाला, इलाहाबाद	80000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिग पाउडर डिटर्जेण्ट केक
102	24	मेसर्स करिश्मा वांशिंग पाउडर ग्राम/पोस्ट-लालगोपालगंज, इलाहाबाद	40000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	वांशिंग पाउडर
103	46	मेसर्स सहाल सोप इण्डस्ट्रीज 444 दरियाबाद, इलाहाबाद	90000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक पाउडर व सोप
104	47	मेसर्स वीनस केमिकल इण्डस्ट्रीज 152/70, रसूलपुर, सैदाबाद, इलाहाबाद	80000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक, वांशिंग पाउडर व सोप
105	84	मेसर्स गोया लघु उद्योग केन्द्र के-42/2 गौस नगर करैली, इलाहाबाद	90000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग सोप एव नहाने का साबुन
106	166	मेसर्स शाह हर्बल संस्थान प्लाट नं0-2,3 झलवा स्कीम इलाहाबाद	5000 कि0ग्रा0	शहरी	हर्बल शैम्पू
107	213	मेसर्स डेबू ट्रेडिंग कम्पनी ग्राम/पोस्ट-भोपतपुर, हडिया, इलाहाबाद	45000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	वाशिग पाउडर एण्ड डिटर्जेण्ट केक